SR Research Report
2015/7/10

ラウンドワン（4680）

目次

要約

事業概要：複合アミューズメント店舗の運営

- 同社は、関西圏ならびに関東圏を中心として全国的に複合アミューズメント店舗を運営している。大阪・京都・兵庫にまたがる一部の地域（「北摂」）では、同社のプレゼンスは極めて高い（2014年3月時点で29店舗を展開）。同社が提供するサービスはまずボウリングだが、それ以外にアミューズメント（ゲーム）やカラオケそしてスポッチャ（「スポーツ・チャレンジ」という和製英語の略）がある。

業績動向

- 2015年3月期通期の売上高は83,905百万円（前年同期比0.4%減）、営業利益6,641百万円（同34.2%減）、経常利益6,150百万円（同21.3%減）、当期純損失4,568百万円（前年度は19,681百万円の当期純損失）であった。売上高は若干の減収にとどめたものの、利益面では厳しい状況となった。ただし、当期純損益は、セール・アンド・リースバックによる固定資産の売却の意思決定に伴う減損損失の影響が少なかったことにより改善した。サービス別には、ボウリングは減収、アミューズメント、カラオケ、スポッチャは増収であった。
- 2016年3月期通期会社計画の売上高は85,000百万円（前年比1.3%増）、営業利益6,890百万円（同3.7%増）、経常利益6,150百万円（同横ばい）、当期純利益1,200百万円（前年度は4,568円の当期純損失）である。同社では、2014年10 月1日よりボウリングや、アミューズメントの一部、ビリヤード、ダーツ等で料金体系を変更し、実質的な値上げを行ったが、ボウリングについては大幅な回復には至っていない状況にある。このため、同社では、2014年11月以降に実施するシャトルバスの全店運行や新企画及び新アイテム導入で売上の底上げを図るとしている。
- 同社の中期経営計画（2016年3月期）では、2016年3月期までに実質無借金体制をめざしていた。しかし、2015年3月期末で、現金及び預金27,777百万円に対し有利子負債が27,092百万円となり、一年前倒しで実質無借金を達成している。海外に関しては、国内と同水準の経常利益（10,000百万円程度）に早く到達させたいとしている。

同社の強みと弱み

- SR社では、同社の強みを、ユニークなビジネスモデル、ブランド力、キャッシュフロー創出力の高さの3点だと考えている。一方、弱みは、出店のリスクの大きさ（小売業者などと比較した場合）、市場の縮小傾向、業界内における淘汰の遅延にあると考えている。（後述の「SW（Strengths, Weaknesses）分析」の項参照）

主要経営指標の推移

損益計算書 （百万円）	06年3月期 単体	07年3月期 連結	08年3月期 連結	09年3月期 連結	10年3月期 連結	11年3月期 連結	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結	16年3月期 会社予想
ボウリング	18,636	23,877	28,188	28,334	30,787	31,000	32,400	29,700	27,200	24,500	23,700
アミューズメント	23,191	29,106	33,205	32,218	33,405	35,224	36,400	34,500	34,900	36,500	37,200
カラオケ	3,329	4,505	5,447	5,686	6,037	6,715	8,200	8,300	8,400	8,600	9,000
スポッチャ	3,842	6,967	9,199	9,278	8,963	8,748	9,400	10,300	10,900	11,500	12,200
その他	1,282	1,369	1,952	2,466	2,918	2,613	3,000	2,900	2,700	2,700	2,700
売上高	**50,282**	**65,826**	**77,993**	**77,983**	**82,113**	**84,303**	**89,568**	**85,903**	**84,272**	**83,905**	**85,000**
前年比	45.8%	30.9%	18.5%	0.0%	5.3%	2.7%	6.2%	-4.1%	-1.9%	-0.4%	1.3%
売上総利益	**14,034**	**19,325**	**19,890**	**15,361**	**13,810**	**13,273**	**17,789**	**13,328**	**11,723**	**8,395**	**-**
前年比	63.8%	37.7%	2.9%	-22.8%	-10.1%	-3.9%	34.0%	-25.1%	-12.0%	-28.4%	
売上総利益率	27.9%	29.4%	25.5%	19.7%	16.8%	15.7%	19.9%	15.5%	13.9%	10.0%	
営業利益	**12,735**	**17,913**	**18,287**	**13,611**	**12,031**	**11,416**	**16,036**	**11,565**	**10,088**	**6,641**	**6,890**
前年比	67.3%	40.7%	2.1%	-25.6%	-11.6%	-5.1%	40.5%	-27.9%	-12.8%	-34.2%	3.7%
営業利益率	25.3%	27.2%	23.4%	17.5%	14.7%	13.5%	17.9%	13.5%	12.0%	7.9%	8.1%
経常利益	**13,418**	**16,385**	**15,986**	**9,798**	**7,848**	**6,929**	**11,481**	**8,217**	**7,818**	**6,150**	**6,150**
前年比	65.8%	22.1%	-2.4%	-38.7%	-19.9%	-11.7%	65.7%	-28.4%	-4.9%	-21.3%	0.0%
経常利益利益率			20.5%	12.6%	9.6%	8.2%	12.8%	9.6%	9.3%	7.3%	7.2%
当期純利益	**11,967**	**9,730**	**9,152**	**3,977**	**3,396**	**-12,673**	**2,781**	**601**	**-19,681**	**-4,568**	**1,200**
前年比	154.3%	-18.7%	-5.9%	-56.5%	-14.6%	-	-	-	-	-	-
純利益率			11.7%	5.1%	4.1%	-	3.1%	0.7%	-23.4%	-5.4%	1.4%

1株当たりデータ　（円、株式分割調整後）	06年3月期	07年3月期	08年3月期	09年3月期	10年3月期	11年3月期	12年3月期	13年3月期	14年3月期	15年3月期	16年3月期
1株当たり当期純利益	201	155.1	145.1	63.5	46.8	-136.8	29.2	6.3	-206.6	-48.0	12.6
1株当たり純資産	822	979.5	1,104.5	1,147.6	1,080.0	829.4	838.4	826.1	603.8	541.9	
1株当たり配当金	20	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0

キャッシュフロー計算書　（百万円）	06年3月期	07年3月期	08年3月期	09年3月期	10年3月期	11年3月期	12年3月期	13年3月期	14年3月期	15年3月期	16年3月期
営業活動によるキャッシュフロー	12,019	9,766	17,285	13,978	22,175	22,418	32,852	26,418	20,456	22,576	
投資活動によるキャッシュフロー	-3,763	-43,083	-23,632	-25,762	-35,616	-23,563	24,036	4,371	46,611	592	
財務活動によるキャッシュフロー	8,710	22,147	3,256	10,625	24,881	-4,551	-45,981	-34,564	-66,200	-20,820	
財務指標											
総資産経常利益率（ＲＯＡ）	23.3%	13.8%	9.3%	5.0%	3.4%	2.8%	4.8%	3.8%	4.7%	5.2%	
自己資本純利益率（ＲＯＥ）	29.5%	17.2%	13.9%	5.6%	4.3%	-15.4%	3.5%	0.8%	-28.9%	-8.4%	
自己資本比率	71.6%	37.2%	39.5%	33.5%	34.1%	31.3%	35.0%	38.2%	45.3%	46.3%	
ネット・デット/ エクイティ	-30.8%	105.3%	108.5%	133.2%	126.2%	143.5%	101.9%	82.5%	20.2%	-1.3%	
総資産回転率	0.7	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3	0.4	0.4	0.7	0.8	

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

直近更新内容

概 略

2015 年 7 月 10 日、株式会社ラウンドワンは、2015 年 6 月の売上状況を発表した。
（売上状況はこちら）

2015 年 6 月 8 日、同社は、2015 年 5 月の売上状況を発表した。

2015 年 5 月 28 日、同社の 2015 年 3 月期実績、および同社への取材を踏まえ、レポート内容を更新した。

2015 年 5 月 8 日、同社は、2015 年 3 月期通期決算、および 2015 年 4 月の売上状況を発表した。
（決算短信へのリンクはこちら）

同日、同社は 2015 年 5 月 8 日開催の取締役会において、財務戦略上の柔軟性および機動性の確保ならびに安定配当の実施のため、資本準備金の減少について付議することを決議したと発表した。
（リリース文へのリンクはこちら）

資本準備金 25,496 百万円を 19,241 百万円減少して 6,255 百万円とし、19,241 百万円をその他資本剰余金とするとしている。効力発生予定日は 2015 年 6 月 27 日。

3 ヵ月以上経過した会社発表はニュース＆トピックスへ

業績動向

6 月の売上高は、全店ベースで前年同月比 10.7%減、既存店ベースでは同 12.3%減となった。店舗数は 113 店舗で、そのうち 111 店舗が既存店舗である。

月次売上高 2016年3月期	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
総売上高（百万円）	**5,908**	**6,820**	**5,279**									
ボウリング	1,692	1,913	1,441									
アミューズメント	2,522	2,936	2,363									
カラオケ	591	698	569									
スポッチャ	890	1,032	693									
その他	211	240	211									
総売上高　前年比	**-7.8%**	**-2.9%**	**-10.7%**									
ボウリング	-15.4%	-7.3%	-14.7%									
アミューズメント	-6.1%	-4.4%	-10.9%									
カラオケ	-7.8%	-1.8%	-8.8%									
スポッチャ	1.4%	7.9%	-7.0%									
その他	5.8%	8.2%	5.1%									
既存店売上高　前年比	**-9.4%**	**-4.7%**	**-12.3%**									
ボウリング	-16.6%	-8.6%	-15.8%									
アミューズメント	-8.0%	-6.5%	-12.7%									
カラオケ	-9.4%	-3.4%	-10.4%									
スポッチャ	-0.7%	5.8%	-8.9%									
その他	5.3%	7.7%	4.7%									

月次売上高 2015年3月期	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
総売上高（百万円）	**6,408**	**7,024**	**5,913**	**6,134**	**9,318**	**6,321**	**5,793**	**6,071**	**6,960**	**7,808**	**6,102**	**8,050**
ボウリング	2,001	2,064	1,688	1,686	2,649	1,756	1,624	1,660	2,045	2,431	1,849	2,652
アミューズメント	2,686	3,070	2,652	2,894	3,955	2,898	2,661	2,777	3,067	3,240	2,527	2,952
カラオケ	641	711	625	650	927	645	569	595	775	777	598	746
スポッチャ	878	956	745	700	1,531	805	730	834	849	1,112	904	1,451
その他	199	221	201	202	254	216	207	203	223	242	220	248
総売上高　前年比	**-3.3%**	**0.1%**	**-6.0%**	**-0.6%**	**8.4%**	**-4.4%**	**3.7%**	**9.9%**	**-4.4%**	**-9.2%**	**-0.8%**	**-5.8%**
ボウリング	-13.2%	-14.7%	-20.4%	-12.3%	-2.4%	-16.8%	-9.5%	-3.9%	-8.6%	-10.2%	-5.9%	-8.8%
アミューズメント	3.4%	11.1%	3.2%	6.4%	12.9%	5.2%	11.9%	16.7%	-2.5%	-10.5%	-2.1%	-8.9%
カラオケ	1.6%	6.5%	-0.4%	1.8%	10.6%	2.3%	5.7%	10.9%	-4.9%	-5.7%	-0.6%	-8.1%
スポッチャ	1.8%	4.2%	0.9%	4.9%	19.8%	-8.6%	9.3%	21.8%	-3.6%	-7.3%	12.8%	7.1%
その他	-12.2%	-9.6%	-12.8%	-7.6%	-3.9%	-6.7%	2.0%	5.8%	9.0%	2.8%	11.9%	6.8%
既存店売上高　前年比	**-3.3%**	**0.1%**	**-6.0%**	**-0.6%**	**8.4%**	**-4.4%**	**2.0%**	**7.3%**	**-6.4%**	**-10.9%**	**-2.7%**	**-7.5%**
ボウリング	-13.2%	14.7%	-20.4%	-12.3%	-2.4%	-16.8%	-10.6%	-5.6%	-10.0%	-11.5%	-7.3%	-10.1%
アミューズメント	3.4%	11.1%	3.2%	6.4%	12.9%	5.2%	10.0%	13.4%	-4.9%	-12.8%	-4.4%	-10.8%
カラオケ	1.6%	6.5%	-0.4%	1.8%	10.6%	2.3%	4.5%	9.0%	-6.5%	-7.2%	-2.2%	-9.6%
スポッチャ	1.8%	4.2%	0.9%	4.9%	19.8%	-8.6%	5.4%	18.2%	-6.4%	-9.3%	10.1%	4.7%
その他	-12.2%	-9.6%	-12.8%	-7.6%	-3.9%	-6.7%	1.7%	5.3%	8.7%	2.5%	11.5%	6.3%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

四半期実績推移

（百万円）	13年3月期 1Q	2Q	3Q	4Q	14年3月期 1Q	2Q	3Q	4Q	15年3月期 1Q	2Q	3Q	4Q	15年3月期	
売上高	20,741	22,532	19,071	23,559	20,165	21,706	18,715	23,686	19,694	22,155	19,319	22,737		
前年比	-6.7%	-5.2%	-5.7%	0.9%	-2.8%	-3.7%	-1.9%	0.5%	-2.3%	2.1%	3.2%	-4.0%		
売上総利益	2,628	4,168	1,066	5,466	2,665	3,051	632	5,375	1,559	2,995	210	3,631		
前年比	-44.0%	-24.6%	-57.3%	7.8%	1.4%	-26.8%	-40.7%	-1.7%	-41.5%	-1.8%	-66.8%	-32.4%		
売上総利益率	12.7%	18.5%	5.6%	23.2%	13.2%	14.1%	3.4%	22.7%	7.9%	13.5%	1.1%	16.0%		
販管費	423	408	457	474	409	398	465	362	406	403	486	459		
前年比	8.5%	-6.2%	-3.2%	3.9%	-3.3%	-2.5%	1.8%	-23.6%	-0.7%	1.3%	4.5%	26.8%		
売上高販管費比率	2.0%	1.8%	2.4%	2.0%	2.0%	1.8%	2.5%	1.5%	2.1%	1.8%	2.5%	2.0%		
営業利益	2,204	3,760	610	4,991	2,256	2,652	168	5,012	1,152	2,593	-276	3,172		
前年比	-48.8%	-26.1%	-69.9%	8.2%	2.4%	-29.5%	-72.5%	0.4%	-48.9%	-2.2%	-	-36.7%		
営業利益率	10.6%	16.7%	3.2%	21.2%	11.2%	12.2%	0.9%	21.2%	5.8%	11.7%	-	14.0%		
経常利益	1,007	2,804	26	4,380	1,642	1,970	-278	4,484	830	2,577	-222	2,965		
前年比	-68.3%	-25.7%	-97.4%	24.4%	63.1%	-29.7%	-	2.4%	-49.5%	30.8%	-	-33.9%		
経常利益率	4.9%	12.4%	0.1%	18.6%	8.1%	9.1%	-	18.9%	4.2%	11.6%	-	13.0%		
当期利益	439	1,580	-703	-715	631	-11,371	-3,681	-5,260	778	1,527	-479	-6,394		
前年比	-75.9%	159.4%	-	-	43.9%	-	-	-	23.3%	-	-	-		
当期利益率	2.1%	7.0%	-	-	3.1%	-	-	-	4.0%	6.9%	-	-		
累計値	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	（進捗率）	通期会予
売上高	20,741	43,273	62,344	85,903	20,165	41,871	60,586	84,272	19,694	41,849	61,168	83,905	100.7%	83,300
前年比	-6.7%	-5.9%	-5.9%	-4.1%	-2.8%	-3.2%	-2.8%	-1.9%	-2.3%	-0.1%	1.0%	-0.4%		-1.2%
売上総利益	2,628	6,796	7,862	13,328	2,665	5,716	6,348	11,723	1,559	4,554	4,764	8,395		
前年比	-44.0%	-33.5%	-38.2%	-25.1%	1.4%	-15.9%	-19.3%	-12.0%	-41.5%	-20.3%	-25.0%	-28.4%		
売上総利益率	12.7%	30.2%	41.2%	56.6%	13.2%	26.3%	33.9%	49.5%	7.9%	20.6%	24.7%	36.9%		
販管費	423	831	1,288	1,762	409	807	1,272	1,634	406	809	1,295	1,754		
前年比	8.5%	0.7%	-0.7%	0.5%	-3.3%	-2.9%	-1.2%	-7.3%	-0.7%	0.2%	1.8%	7.3%		
売上高販管費比率	2.0%	3.7%	6.8%	7.5%	2.0%	3.7%	6.8%	6.9%	2.1%	3.7%	6.7%	7.7%		
営業利益	2,204	5,964	6,574	11,565	2,256	4,908	5,076	10,088	1,152	3,745	3,469	6,641	109.8%	6,050
前年比	-48.8%	-36.5%	-42.4%	-27.9%	2.4%	-17.7%	-22.8%	-12.8%	-48.9%	-23.7%	-31.7%	-34.2%		-40.0%
営業利益率	10.6%	26.5%	34.5%	49.1%	11.2%	22.6%	27.1%	42.6%	5.8%	16.9%	18.0%	29.2%		7.3%
経常利益	1,007	3,811	3,837	8,217	1,642	3,612	3,334	7,818	830	3,407	3,185	6,150	107.9%	5,700
前年比	-68.3%	-45.2%	-51.8%	-28.4%	63.1%	-5.2%	-13.1%	-4.9%	-49.5%	-5.7%	-4.5%	-21.3%		-27.1%
経常利益率	4.9%	16.9%	20.1%	34.9%	8.1%	16.6%	17.8%	33.0%	4.2%	15.4%	16.5%	27.0%		6.8%
当期利益	439	2,019	1,316	601	631	-10,740	-14,421	-19,681	778	2,305	1,826	-4,568	-	-5,300
前年比	-75.9%	-16.9%	-46.8%	-78.4%	43.9%	-	-	-	23.3%	-	-	-		-
当期利益率	2.1%	9.0%	6.9%	2.6%	3.1%	-	-	-	4.0%	10.4%	9.5%	-		-6.4%

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
**会社予想は直近の値。

四半期ごとの季節性に関しての補足

同社の四半期ごとの売上、利益は季節性によりばらつきがある。第１四半期（4～6 月）は新年度の始まる４月には企業や学生のイベントが多く繁忙月となり、５月はゴールデンウィークの時期に客数が増加する。第２四半期（7～9 月）は夏休みが含まれる。また、第４四半期（1－3 月期）は、１月は年始のイベント、３月は春休みと年度末にイベントが多く繁忙期となる。一方、第 3 四半期（10－12 月期）は、連休が少ないため、閑散期と言える。

2016 年 3 月期通期決算実績

売上高は 83,905 百万円（前年同期比 0.4%減）、営業利益は 6,641 百万円（同 34.2%減）、経常利益は 6,150 百万円（同 21.3%減）、当期純損失は 4,568 百万円（前年度は 19,681 百万円の当期純損失）であった。

当決算期間において、同社はディズニーコンテンツシリーズを活用したプロモーション活動や企画を実施し、ファミリー層をはじめとするライトユーザーの獲得に努めた。また、無料シャトルバスによる送迎を従来の 33 店舗から 88 店舗での運行に拡大し、来場者の利便性を図る等の施策を行い、売上の向上を目指したが減収となった。とりわけ、2014 年 4 月の消費増税に端を発した需要伸び悩みの影響長期化や、繁忙期である年末年始の売上が天候不順などにより伸び悩んだことが影響したとのこと。費用面では、人件費や水道光熱費が増加したことも響き、営業利益および経常利益も 2 桁減益となった。

前年に対する経常利益の増減益要因は以下のようになった。

経常利益の増減益要因　（億円）			
増益要因		減益要因	
減価償却費の減少*	19.4	賃借料の増加*	48.5
リース料の減少	13.5	アミューズメント景品費の増加	9.1
支払利息の減少*	12.5	人件費増加	7.1
租税公課の減少*	7.4	水道光熱費の増加	4.2
その他	3.1	売上の減少	3.6
合計	55.9		72.5

出所：会社データよりSR社作成
*：大部分がセール・アンド・リースバックによる影響

なお、同社は、セール・アンド・リースバックの実施を積極的に推し進めたことなどから 2014 年 3 月期の特別損益は-315.4 億円となった。これに対し 2015 年 3 月期の特別損益は、減損損失の計上はあったものの-50.2 億円にとどまった。このため、当期純損失は前年同期に比べ、大幅に縮小した。
サービス別の売上状況は以下の通りである。（括弧内は米国子会社店舗を除く全社ベースのサービス別の売上状況。2015 年 3 月末時点での国内総店舗数は 113 店舗で、そのうち 111 店が既存店である。）

ボウリング：9.9%減（10.5%減）
2014 年 3 月期より実施の「健康ボウリング教室」（期中より業界団体主催）を積極的に開催・協賛することにより、ボウリングファン層の拡大に努めたほか、団体のお客様に無料送迎バスの座席予約や各種特典をプレゼントする企画などを実施し、集客に努めた。

アミューズメント：4.4%増（3.3%増）
人気機種のバージョンアップや景品ゲームの商品構成の見直しを行ったほか、人気機種を時間内定額で貸切利用できる「アミューズメントゲーム遊び放題プラン」の対象機種を拡充する等、幅広い顧客の嗜好に対応したもよう。

カラオケ：2.8%増（1.2%増）

「ディズニーキャラクターデザインルーム」の設置や、土日祝限定で朝9時まで来場のユーザーを対象にドリンクバー飲み放題付フリータイムを安価な料金で利用できる「土日祝カラオケの早朝割」等の企画を実施し売上の向上に努めた。

スポッチャ：2.8%増（5.1%増）

ノルウェー生まれの珍スポーツ「バブルサッカー」をスポッチャ全店に導入したほか、一部店舗で新感覚体感アトラクション「e スポーツグラウンド」を導入するなど、新しいサービスの提供に努めました。また、ディズニーコンテンツシリーズを活用したスタンプラリーの開催等を行いファミリー層の集客に努めた。

同社は、国内市場の厳しい環境の中で、日米の需要が見込めるエリアの新規出店で売上の拡大を図っている。当期の新規店舗としては、2014年10月に浜大津アーカス店（滋賀県大津市）、ららぽーと和泉店（大阪府和泉市）及び、ストラットフォード店（米国イリノイ州）、2014年12月にアーリントン店（米国テキサス州）を出店した。

これら施策の結果、売上高は若干の減収にとどめたものの、利益面では厳しい状況となった。ただし、当期純損益は、セール・アンド・リースバックによる固定資産の売却の意思決定に伴う減損損失の影響が少なかったことにより改善した。

なお、2015年3月期通期業績の会社計画に対する進捗率は売上高98.1%、営業利益66.4%となり、厳しい結果となった。

また、月次の売上動向では、料金改定を実施した2014年10月および11月には前年同月比でプラスに転じたが、12月以降5か月連続の前年同月比マイナスとなっている。4月のサービス別の売上状況は以下の通りである。2015年4月末時点での国内総店舗数は113店舗で、そのうち111店が既存店である。

サービス別の売上状況（米国子会社店舗を除く全社ベースのサービス別の売上状況）は以下の通りである。

ボウリング：既存店前年同月比16.6%減、全社年同月比15.4%減）
アミューズメント：同8.0%減、同6.1%減）
カラオケ：同9.4%減、同7.8%減
スポッチャ同0.7%減、同1.4%増

2015 年 3 月期第 3 四半期決算実績

第 3 四半期累計期間の売上高は 61,168 百万円（前年同期比 1.0%増）、営業利益 3,469 百万円（同 31.7%減）、経常利益 3,185 百万円（同 4.5%減）、四半期純利益 1,826 百万円（前年度は 14,421 百万円の四半期純損失）であった。

当決算期間において、同社は、ディズニーコンテンツシリーズを活用したプロモーション活動や企画を実施したほか、人気タレントを起用したテレビ CM によるお得感のある料金体系の PR や、LINE を利用した販促活動により集客の向上に努めた。

また、2014 年 10 月よりボウリング、アミューズメントの一部、ビリヤード、ダーツ等において料金体系を変更し、実質的な値上げを行ったほか、2014 年 11 月より無料シャトルバスによる送迎を新たに 55 店舗追加し、全国 88 店舗での運行に拡大した。

同社は、国内市場の厳しい環境の中で、日米の需要が見込めるエリアの新規出店で売上の拡大を図っている。当期の新規店舗としては、2014 年 10 月に浜大津アーカス店（滋賀県大津市）、ららぽーと和泉店（大阪府和泉市）及び、ストラットフォード店（米国イリノイ州）、2014 年 12 月にアーリントン店（米国テキサス州）を出店した。

これら施策の結果、売上高は増収を確保したが、利益面では厳しい状況が続いた。ただし、四半期純利益は、セール・アンド・リースバックによる固定資産の売却の意思決定に伴う減損損失の影響が少なかったことにより、前年同四半期に対して増益となった。

なお、第 3 四半期累計期間の経常利益の実績は、同社の社内計画 35.5 億円に対して、3.7 億円下振れであった。その内訳は、消耗品費（LED 含む）の増加で 2.7 億円減、アミューズ景品費の増加で 1.5 億円減、販売協力金の増加で 1.1 億円増、広告宣伝費（チラシ）の増加で 0.8 億円減、為替差益 0.8 億円増、その他経費の増加で 0.6 億円減としている。

この結果、通期会社計画に対する進捗率は売上高 71.5%（前年同期は 71.9%）、営業利益 34.7%（同 50.3%）となった。同社では、足元の状況は厳しいが、集客施策を拡充し、期末に向けて挽回を狙うとして、通期業績予想を据え置いている。

ただし、月次の売上動向では、料金改定を実施した 2014 年 10 月および 11 月には前年同月比でプラスに転じたが、12 月は天候不順の影響もあり再度落ち込む結果となった。2015 年 1 月も需要期である年始や週末における悪天候が影響し、減少傾向が続いた。続く 2 月も天候不順の影響で、客足は伸び悩んでいる模様。この為、通期の会社計画達成は厳しい状況にあると見られる。

なお、同社では、2016 年 3 月期も収益面で厳しい状況が続いたとしても、10 億円程度のコ

スト削減を実施することで少なくとも 2015 年 3 月期並みの利益を確保するとしている。

同社が、2016 年 3 月期の主なコスト削減策として考えているのが、広告宣伝費と販促費である。販促費に関しては、2015 年 3 月期はディズニーキャラクターを使ったノベルティの導入などで 4~5 億円程度の予算を見込んでいるが、2016 年 3 月期はこの予算を抑制する意向である。また、広告宣伝費に関しても 2015 年 3 月期の予算約 20 億円に対して、2016 年 3 月期は 7~8 億円程度減額することを検討している。これにより、この 2 つの項目で 12~13 億円程度のコスト削減を実施するとしている。

一方で、無料シャトルバスの運行店舗拡充によるコスト増（約 4~5 億円）が 2016 年 3 月期に見込まれるが、リースアップによるコスト削減効果も期待されるため、総額で 10 億円程度のコスト削減は見込まれるとのこと。従って、売上高が 2015 年 3 月期比で 2%程度減少したとしても、同水準の利益の確保は可能であるとしている。

なお、同社は保有資産のセール・アンド・リースバックによる財務の改善内容の改善を進めている。この結果、当第 3 四半期末の純負債は 4,915 百万円(前期末は 11,582 百万円)となった。このため、早ければ、今期中にもネットキャッシュ転ずる見込みであるとしている。

サービス別には、ボウリングは減収、アミューズメント、カラオケ、スポッチャは増収であった。

サービス別の売上状況は以下の通りである。（括弧内は米国子会社店舗を除く全社ベースのサービス別の売上状況。2014 年 12 月末時点での国内総店舗数は 113 店舗で、そのうち 111 店が既存店である。）

ボウリング：前年同期比 10.8%減　(11.3%減)
チームスコアによって温泉宿泊券や無料券を獲得できる「ぼうりんぐ de 温泉げっときゃんぺーん」や、プロまたはスタッフがわかりやすくレッスンする「全 5 回 健康ボウリング教室」等の企画により、集客に努めた。

アミューズメント：前年同期比 8.0%増（7.5%増）
人気機種のバージョンアップや、景品ゲームの商品構成の見直しを行ったほか、人気機種を時間内定額で貸切利用できる「アミューズメントゲーム遊び放題プラン」の対象機種を拡充する等、幅広い顧客の嗜好に対応した。

カラオケ：前年同期比 4.7%増（3.6%増）
「ディズニーキャラクターデザインルーム」の設置や、土日祝限定で朝 9 時までに来場いただいたお客様を対象にドリンクバー飲み放題付フリータイムをお得な料金でご利用いただける「土日祝カラオケの早朝割」等の企画を実施した。

スポッチャ：前年同期比 5.9%増（5.9%増）

土日祝日の朝８時までに来場すると割引料金となる「土日祝スポッチャの早朝割」を開始するとともに、ノルウェー生まれの珍スポーツ「バブルサッカー」をスポッチャ全店に導入した。また、折り込みチラシの配布や、ディズニーコンテンツシリーズを活用したスタンプラリーの開催等を行い来場促進に努めた。

第４四半期以降の同社の主な既存店対策および国内外の出店計画は以下の通りである。

全社関連

- 3月上旬より営業時間の延長（一部店舗除く）
- 平日10時オープン⇒ 平日8時オープンへ営業時間延長
- 無料シャトルバス88店舗で運行中（繁華街店舗除く）

同社によれば、ゲームコーナーは午前中から安定的なニーズが有るため、平日の開店時間の２時間前倒しは、ゲーム需要の活性化につながると見ている。また、同社は、ファミリー層やグループ客の新たな集客施策として、2014 年 11 月より、無料送迎バスの全店展開を実施した。先行してテストマーケティングを実施した店舗では、口コミベースの展開であったため、顧客に浸透し、乗車率が本格的に上昇するのに １ 年程度の期間を要したとのこと。しかし、全国展開における無料送迎バスの乗車率は、TVCM などによる認知度向上策を実施したことにより、これを上回るペースで上昇しているとのことである。同社では、さらなる乗車率の向上を図り、ファミリー層・グループ層の取り込みを進めるとしている。

ボウリング関連

- ボウリング協会を主催とした『健康ボウリング教室』でシニアボウラーの育成（テスト実施中）

同社では、シニア需要の深耕策として、健康ボウリングの普及キャンペーンを実施している。先行してテストマーケティングを実施している店舗では、通常のチラシ広告に対して平均で 10 倍以上の集客効果を実現しているもようである。このため、同社では、この新たな施策の集客ポテンシャルには期待しているとのこと。ただし、集客後２～3 ヵ月経過した顧客の定着率は半分程度にとどまっているもようである。同社は、この定着率の向上策の検討を進めながら、段階的に導入店舗の拡充を図るとしている。

アミューズ関連

- 高稼働機種の台数を増設
- メダル機やビデオゲームの新規機種随時導入

業界全体が伸び悩む中で、大手企業への集約化が進みつつある。その中で、同社は、安定的なニーズのあるゲーム機の新製品を積極的に導入することで、他社との差別化を図り、シェアの向上を図る意向である。

スポッチャ関連

• 人気の『バブルサッカー』のバブルボールを追加購入

> パブルサッカーは人気を集めているものの、バブルボールの耐久性の弱さや品揃えの少なさから、顧客の需要を十分に取り込めていなかった。同社では、既存のボールのメンテナンス体制を整えるとともに、耐久性の高いボールの品揃えを強化することで、需要の取り込みを図るとしている。

広告関連関連

• LINEの告知メールの継続実施
• シャトルバスの発着駅に駅構内広告を随時設置
• 来期に向けて、TVCMからSNS中心の広告を検討中

出店計画

来期の出店計画は、国内で 1 店舗、米国で 7～8 店舗としている。、

> 国内の新規出店に関しては、需要前提が伸び悩む中で、同社の展開が手薄なエリアや立地が良いエリアについて積極的に出店するスタンスである。2015 年 3 月期に出店した国内店舗の出だしの状況は総じて順調であるとしている。一方、海外に関しては、可処分所得が高く、需要拡大のポテンシャルが高い米国への出店を実施している。米国の第一段階の出店群の傾向では、店舗規模の大きいストラットフォード店の出足は好調であるが、店舗規模の小さいアーリントン店の出足は苦戦しているとのこと。米国では、日本以上に店舗規模の大小が需要に影響を与えている模様である。同社では、この様な米国特有のノウハウを蓄積しながら、今後も米国での展開を進める意向である。

2015 年 3 月期第 2 四半期決算実績

第 2 四半期累計期間（以下、上期）の売上高は 41,849 百万円（前年同期比 0.1%減）、営業利益 3,745 百万円（同 23.7%減）、経常利益 3,407 百万円（同 5.7%減）、四半期純利益 2,305 百万円（前年同期は四半期純損失 10,740 百万円）であった。

同社は、ディズニーコンテンツシリーズを活用したプロモーション活動や企画を実施したほか、人気タレントを起用したテレビ CM によるお得感のある料金体系の PR や、LINE を利用した販促活動により集客の向上に努めた。また、セール・アンド・リースバックによる固定資産の売却の意思決定に伴う減損損失の計上がなかった影響などにより、四半期純利益は増益(前年同期は損失計上)となった。

2015 年 3 月期第 2 四半期末時点での国内総店舗数は 114 店舗（前年同期比と変わらず）、期

中店舗稼働月数は 684 ヵ月（同 5 ヵ月増）であった。また、サービス別には、ボウリングは減収、アミューズメント、カラオケ、スポッチャは増収であった。

上期会社計画に対する進捗率は、売上高は 100.1%（前年同期は 97.8%）であったが、営業利益は 81.4%（同 90.9%）、経常利益は 85.2%（同 95.1）、四半期純利益は 96.0%（前年同期は損失計上）となった。

この上期の経常利益は事前の会社計画を 6 億円下回った。その内訳は、人件費の増加で 2.3 億円減、アミューズメント景品費の増加で 1.6 億円減、水道光熱費の増加で 1.5 億円減、リース料の増加で 1.1 億円減、為替差益で 1.0 億円増、その他費用で 0.8 億円減としている。

売上高は順調に推移しているが、利益面では、人件費や水道光熱費が増加したこと等から期初の業績予想を下回る見通しとなったため、通期利益予想を以下のとおり修正した。通期売上高予想は変更していない。

2015 年 3 月期通期業績予想
売上高：85,500 百万円（前回予想 85,500 百万円）
営業利益：8,800 百万円（同 10,000 百万円）
経常利益：8,000 百万円（同 9,000 百万円）
当期純利益：4,500 百万円（同 5,000 百万円）

全社ベースのサービス別の売上状況は以下の通りである（括弧内は米国子会社店舗を除くベース）。

ボウリング：前年同期比 12.5%減 （12.9%減)
チームスコアによって温泉宿泊券や無料券を獲得できる「ぼうりんぐ de 温泉げっときゃんぺーん」や、プロまたはスタッフがわかりやすくレッスンする「全 5 回 健康ボウリング教室」等の企画により、集客に努めた。

アミューズメント：前年同期比 7.7%増（7.4%増）
人気機種のバージョンアップや、景品ゲームの商品構成の見直しを行ったほか、人気機種を時間内定額で貸切利用できる「アミューズメントゲーム遊び放題プラン」の対象機種を拡充する等、幅広い顧客の嗜好に対応した。

カラオケ：前年同期比 5.0%増（4.1%増）
「ディズニーキャラクターデザインルーム」の設置や、土日祝限定で朝 9 時までに来場いただいたお客様を対象にドリンクバー飲み放題付フリータイムをお得な料金でご利用いただける「土日祝カラオケの早朝割」等の企画を実施した。

スポッチャ：前年同期比 5.0%増（5.0%増）

折り込みチラシの配布や、ディズニーコンテンツシリーズを活用したスタンプラリーの開催等を行い来場促進に努めた。

同社によれば、店舗別の状況は、地方が好調で、東名阪が伸び悩んでいるとのこと。同社では、東名阪では、スポッチャの比率が低いことや、スタンダード店舗（ボーリング・アミューズ・カラオケ中心）で駅からの距離も 15-20 分離れている立地が多いことが一因としている。

このため、東名阪の苦戦の是正のため、2014 年 11 月以降には駅地下を除く全ての店舗でシャトルバスの運行をする計画である。シャトルバスのコスト増は年間約 4～5 億円となるが、駅前ロータリーでの待機時の宣伝効果も高いため、コストに見合うと考えるとのこと。また、同業他社に比べて手薄であった団体客向けの施策強化や、シニア層や主婦層の呼び込みを狙った営業時間の見直しなども実施することにより、売上の底上げを狙う意向である。

第 3 四半期以降の既存店対策の主なものは以下の通りである。

無料シャトルバス全店舗導入（一部店舗除く）

- シャトルバス全店舗導入（現在の79店舗⇒11月15日より9店舗追加で88店舗へ）
- 自社ドライバーでの運行をバス運行会社への業務委託に変更

料金の改定実施（2014 年 10 月 1 日以降））

- ボウリング6%～8%の値上げ
- アミューズメダル一部店舗値上げメダル500枚1,100円⇒1,200円（24店舗）
- プリクラ値上げ1回300円⇒400円
- ビリヤード、ダーツ及び卓球約8%の値上げ（年間売上効果約1億円）

新企画及び新アイテム導入

- ボウリング土日祝の早朝割・深夜割導入
- 『健康ボウリング教室』でシニアボウラー育成（テスト実施）
- カラオケ、スポッチャ土日祝の早朝割導入
- スポッチャ新アイテム『バブルサッカー』導入

LINE の告知メールの継続実施

- ライトユーザー・新規顧客開拓に特化した『プッシュメール』、『タイムライン広告』の実施

総労働時間の削減（2014 年 11 月 1 日～）

• 開店前・閉店後作業等の効率化と作業標準マニュアルの徹底

2015 年 3 月期第 1 四半期決算実績

売上高は 19,694 百万円（前年同期比 2.3%減）、営業利益 1,152 百万円（同 48.9%減）、経常利益 830 百万円（同 49.5%減）、四半期純利益 778 百万円（同 23.3%増）であった。第 2 四半期累計期間及び通期業績予想に変更はない。

同社は、ディズニーコンテンツシリーズを活用したプロモーション活動や企画を実施したほか、人気タレントを起用したテレビ CM によるお得感のある料金体系の PR や、LINE を利用した販促活動により集客の向上を図った。しかし、4 月に実施された消費増税の影響などから、本格的な売上高の回復には至らなかった。一方、利益面では、減収に伴う売上総利益の減少に加え、人件費を中心とした販管費の高止まりもあり、営業利益と経常利益は前年同期比で 2 桁減益となった。ただし、当第 1 四半期は固定資産の売却に伴う減損損失の計上がなかった等の影響により、四半期純利益は増益となった。

なお、2015 年 3 月期第 1 四半期末の店舗数は 114 店（前年同期比 1 店増）、期中店舗稼働月数は 342 ヵ月（同 3 ヵ月増）となった。また、サービス別には、ボウリングは大幅減収、アミューズメント、カラオケ、スポッチャは増収であった。

全社ベースのサービス別の売上状況は以下の通りである（括弧内は米国子会社店舗を除くベース）。

ボウリング：前年同期比 15.5%減（同 16.0%減）

チームスコアによって温泉宿泊券や無料券を獲得できる「ぼうりんぐ de 温泉げっときゃんぺーん」や、女性限定で貸靴付きボウリング 2 ゲームと最新プリクラ 1 回が利用できる「ボウリングの女子割！」等の企画により、集客の向上に努めた。

アミューズメント：前年同期比 6.7%増（同 6.0%増）

人気機種のバージョンアップや、景品ゲームの商品構成の見直しを行ったほか、人気機種を時間内定額で貸切利用できる「アミューズメントゲーム遊び放題プラン」の対象機種を拡充する等、幅広い顧客の嗜好に対応した。

カラオケ：前年同期比 3.8%増（同 2.7%増）

「ディズニーキャラクターデザインルーム」の設置や、ドリンクバー付きフリータイム料金に最新プリクラが 1 回利用できる「カラオケの女子割！」等の企画を実施した。

スポッチャ：前年同期比 2.4%増（同 2.4%増）

折り込みチラシや、ディズニーコンテンツシリーズを活用した販促物の配布等を行い来場促進に努めた。

同社によれば、第1四半期の経常利益は計画を5億円下回ったとのこと。その要因としては、売上高の減少で2.6億円、人件費の増加で1.2億円、水道光熱費の増加で0.4億円、為替差損で0.4億円、その他費用で0.8億円としている。

この結果、上期会社計画に対する進捗率は売上高 47.1%（前年同期は 48.2%）、営業利益25.0%（同46.0%）となった。ただし、同社は、前年同期に比べた進捗率は低位にとどまっているものの、消費増税の影響が沈静化しつつあること、下半期に料金体系の見直しを検討していることなどから、予想は据え置いている。

同社によれば第2四半期以降の注目点は以下の4点にあるとのことである。

月次トレンドの改善
同社によれば、週末および休日の影響を平準化した既存店の月次総売上のトレンドでは、2014年4~6月は前年同月比 3%前後の減少が続いていたとのこと。これが7月は同 0.6%減にとどまっている。マイナス幅の大きかったボウリングについても、7月後半から 8月上旬ではマイナス幅も縮小し、前月比ではプラスに転じているもようである。天候の影響にも左右されるが、消費増税の影響は沈静化しつつあるもようである。

新料金体系
同社は同業他社に対抗するために中核のボウリングを中心として全国一律の低価格戦略を打ち出してきた。しかし、同業他社の廃業などに伴いこの競争環境は沈静化しつつあるとのこと。このため、全国一律料金を改め、地域の需要に合わせた料金体系を導入し平均単価を引き上げる方針を明らかにしている。この新料金体系は今秋に導入されるもようである。

無料シャトルバスの本格導入
同社は、自家用車を保有していない世帯を取り込むために、2年前より一部の店舗において送迎バスを導入していた。導入店舗では費用を上回る増収効果が確認できたため、2014年11月より駅前店舗を除く全店舗に導入する。この結果、導入店舗数は32店舗から88店舗になる計画である。

人件費の抑制
高止まりしている人件費に関しては、営業時間外のスタッフの配備の見直しと作業マニュアルの徹底による作業効率の改善を進め、抑制に努める計画である。

過去の通期実績は、過去の財務諸表へ

2016 年 3 月期の会社予想（2015 年 5 月 8 日発表）

(百万円)	10年3月期 連結	11年3月期 連結	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結	16年3月期 会社予想
ボウリング	30,787	31,000	32,400	29,700	27,200	24,500	23,700
アミューズメント	33,405	35,224	36,400	34,500	34,900	36,500	37,200
カラオケ	6,037	6,715	8,200	8,300	8,400	8,600	9,000
スポッチャ	8,963	8,748	9,400	10,300	10,900	11,500	12,200
その他	2,918	2,613	3,000	2,900	2,700	2,700	2,700
売上高	**82,113**	**84,303**	**89,568**	**85,903**	**84,272**	**83,905**	**85,000**
営業利益	12,031	11,416	16,036	11,565	10,088	6,641	6,890
経常利益	7,848	6,929	11,481	8,217	7,818	6,150	6,150
当期純利益	3,396	-12,673	2,781	601	-19,681	-4,568	1,200
ボウリング	8.7%	0.7%	4.5%	-8.3%	-8.4%	-9.9%	-3.3%
アミューズメント	3.7%	5.4%	3.3%	-5.2%	1.2%	4.6%	1.9%
カラオケ	6.2%	11.2%	22.1%	1.2%	1.2%	2.4%	4.7%
スポッチャ	-3.4%	-2.4%	7.5%	9.6%	5.8%	5.5%	6.1%
その他	18.3%	-10.5%	14.8%	-3.3%	-6.9%	0.0%	0.0%
売上高　前年比	**5.3%**	**2.7%**	**6.2%**	**-4.1%**	**-1.9%**	**-0.4%**	**1.3%**
営業利益　前年比	-11.6%	-5.1%	40.5%	-27.9%	-12.8%	-34.2%	3.7%
経常利益　前年比	-19.9%	-11.7%	65.7%	-28.4%	-4.9%	-21.3%	0.0%
当期利益　前年比	-14.6%	-	-	-78.4%	-	-	-
ボウリング	37.5%	36.8%	36.2%	34.6%	32.3%	29.2%	27.9%
アミューズメント	40.7%	41.8%	40.6%	40.2%	41.4%	43.5%	43.8%
カラオケ	7.4%	8.0%	9.2%	9.7%	10.0%	10.2%	10.6%
スポッチャ	10.9%	10.4%	10.5%	12.0%	12.9%	13.7%	14.4%
その他	3.6%	3.1%	3.3%	3.4%	3.2%	3.2%	3.2%
売上高　構成比	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**
営業利益率	14.7%	13.5%	17.9%	13.5%	12.0%	7.9%	8.1%
経常利益率	9.6%	8.2%	12.8%	9.6%	9.3%	7.3%	7.2%
当期利益率	4.1%	-15.0%	3.1%	0.7%	-23.4%	-5.4%	1.4%
既存店売上高	**10年3月期 連結**	**11年3月期 連結**	**12年3月期 連結**	**13年3月期 連結**	**14年3月期 連結**	**15年3月期 連結**	**16年3月期 会社予想**
ボウリング	-4.0%	-3.7%	0.4%	-11.3%	-10.5%	-11.2%	-6.7%
アミューズメント	-9.8%	0.0%	-1.1%	-10.7%	-1.7%	2.2%	-3.2%
カラオケ	-13.1%	3.4%	15.8%	-3.7%	-1.8%	0.4%	-1.7%
スポッチャ	-9.2%	-4.5%	7.5%	0.2%	5.1%	3.7%	3.8%
その他	-3.9%	-14.5%	1.3%	-6.6%	-9.9%	-1.8%	-0.3%
合計（前年比）	**-7.7%**	**-2.2%**	**1.7%**	**-9.0%**	**-4.2%**	**-2.3%**	**-3.0%**
期末時点での国内既存店店舗数	94	105	108	108	111	111	113
期末時点での全店舗数	105	109	110	113	114	118	127
新規オープン店舗数	11	4	1	4	1	4	9
閉鎖店舗数	0	0	0	1	0	0	0

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

**既存店売上前年比は国内店舗のみ。

2016 年 3 月期通期会社計画の売上高は 85,000 百万円（前年比 1.3%増）、営業利益 6,890 百万円（同 3.7%増）、経常利益 6,150 百万円（同横ばい）、当期純利益 1,200 百万円（前年は 4,568 円の当期純損失）である。同社では、2014 年 10 月 1 日よりボウリングや、アミューズメントの一部、ビリヤード、ダーツ等で料金体系を変更し、実質的な値上げを行った

が、ボウリングについては大幅な回復には至っていない状況にある。このため、同社では、2014 年 11 月以降に実施しているシャトルバスの全店運行や新企画及び新アイテム導入で売上の底上げを図るとしている。なお、新規出店に関しては、米国 7 店舗、国内 2 店舗とし、2016 年 3 月期末の総店舗数は 127 店舗まで増加させる計画である。

同社によれば、経常利益を横這い計画としているのは、国内費用および営業外収益の合計で前期比 10.9 億円の増益を見込むものの、国内売上の減少で 9.2 億円、米国事業の損益で 1.1 億円の減益を見込むためとしている。また、特別損益では、不採算店舗を対象とした減損見込み額が前期比 19.9 億円減の 26.0 億円になるとしている。このため、経常利益は横這い計画ながら、当期純利益は前期の赤字から黒字に転じる見込みとしている。

経常利益の主な増減益要因の詳細は以下の通りである。

国内売上（新規店舗の売上寄与を見込むが既存店の減収計画で差し引き 9.2 億円の減益要因）

既存店売上は、足元の月次販売状況を鑑み前期比 3%減の 7,936 億円（前期比 24.5 億円減収）の計画。一方、新規店舗売上（12 ヶ月未満稼働店舗）は 15.3 億円の増収計画である。

サービス別の計画では、ボウリング：同 6.7%減（同 11.2%減）、アミューズメント：同 3.2%減（同 2.2%増）、カラオケ：同 1.7%減（同 0.4%増）、スポッチャ：同 3.8%増（同 3.7%増）、その他：同 0.3%減（同 1.8%減）を計画。通期の国内売上全体で前年比 3.0%減（前期実績は前年比 2.3%減）を見込む。

なお、同社では、国内既存店の売上対策として、以下のような施策を展開するとしている。

- **みんなのコンペ：** 2015 年 7 月開始予定。様々なスポンサー企業と連携して、同社のボウリングとカラオケの独自システムを活用して提供する、新サービス。コンペにエントリーしたユーザーは、獲得したランキングに応じて、食料品や飲料メーカー、全国規模の販売店などのスポンサー企業の無料クーポン券を得ることが出来る。エントリー料金は無料で、参加するだけでも、スポンサーの割引クーポンなどを取得できる。同社では、広告宣伝費や販促費を抑制する代わりの需要活性化策として期待している。
- **健康ボウリング教室：** リーグ戦などへの参加を通じて継続的にボウリングを楽しむマイボウラーを育成しコア需要の底上げを狙う。目標は各店舗 150 名（前期末で約 50 名）、全社で 1.6 万人（同 0.5 万人）。実現すれば、プレイ料金が 1 回あたり 1,300 円で週に 2 回（年間 100 回強）とすれば、全社で約 20 億円（ボウリング売り上げの 1 割弱）の売上寄与が期待できるとしている。
- **ボウリング団体予約の推進：** 8 名以上を対象とした団体料金の値下げ（2015 年 4 月 1 日より実施）や、送迎シャトルバスの座席予約などの導入
- **早朝対策の実施：** 主婦や 50 歳以上のシニア層を対象とした平日の割安プラン（ママ友

パック・シニアパック）の導入。2015 年 3 月 9 日より実施
- **ボウリングの世界一決定戦（ボウリングワールドオープン）の開催：** 開催予定日：2015 年 7 月上旬。TV 放映などを通じて需要の活性化を図る。

国内費用および営業外収支（前期比 10.9 億円の増益要因）

人件費の増加やシャトルバスの運行費増加などで 12.7 億円の減益要因を見込むが、再リース料の削減に加え、費用対効果の薄い広告費や販促費の抑制により、23.6 億円の増益を見込む。

＊：実施店舗数は前期の32店（稼働月数664ヶ月）から88店（同1,056ヶ月）に増加。

なお、配当に関しては、1 株当たり年間配当金は 20 円の計画である。同社は安定配当を基本方針としている。2015 年 3 月期の当期純利益は赤字となったものの、経常利益および営業キャッシュフローはプラス基調が続いているとして、1 株当たり年間配当金 20 円を据え置いている。

米国事業の損益（前期比 1.1 億円の減益要因）

新規店舗の売上寄与などから 2016 年 3 月期の売上高の計画は前期比 22 億円増の 41.0 億円の計画である。既存店売上高は前年比横ばいベースの前提である。ただし、費用面で、新規出店 7 店舗の開業費 2.8 億円などを織り込み、経常損失 2.0 億円を見込む。

経営戦略と中長期見通し

同社は 2010 年 8 月に、セール・アンド・リースバックの活用による有利子負債削減と事業構造の見直しによる収益の安定化を目的にした中期経営計画を発表した。国内における同業他社との競争激化や消費増税の影響長期化などにより、収益面では厳しい状況が続いている。ただし、2015 年 3 月期末の純有利子負債は前期末比で 12,327 百万円減少し 685 百万円のネットキャシュとなった。この結果、中期経営計画の最終年度の目標である実質無借金体制を一年前倒しで達成している。

中期経営計画におけるもう一つの柱が米国を中心とした海外展開の推進である。米国における本格的な店舗展開に関しては、1）財務体質改善が一定レベルまで実現、2）米国における店舗（2015 年 3 月期中に 8 号店まで出店予定）が一定の売上高、収益性をクリアできるか否か、及びにおいて実行に移されるものである。杉野社長によれば米国展開は、長期的にみて同社にとって避けて通れないものであるとのことである。国内展開のみにとどまりながら既存のビジネスモデルに特化していれば、いずれは成長できなくなるというのが基本的な考え方である。

国内にラウンドツーはいない、米国においても同様

そもそも杉野社長が 1980 年頃からボウリング場の経営をはじめた理由は、同業他社よりも低い費用で同業他社よりも質の高いサービスを提供できることに確信をもったからである。つまり、「ラウンドツー」はいない点による。杉野社長の分析によれば、北米での店舗展開においても同様の確信がもてる状態にあるとのことである。

2010 年 8 月発表の中期経営計画の概要（2010 年 8 月公表の同社説明資料より抜粋）は以下の通りである。

- 概ね向こう5年（2016年3月期）までに実質無借金体制をめざす。
- 手法として、店舗資産（土地・建物本体）を売却した後、賃借に切り替える（セール・アンド・リースバック）手法を活用する。
- セール・アンド・リースバック実施の過程で売却損の発生が想定される。売却損のデメリットとしては、会計上、特別損失の発生により当期純利益が減少する可能性、および借入金返済時に、手元資金の流出が発生する可能性が考えられる。一方、メリットとしては、将来賃料の減少や有利子負債削減による財務内容の改善や税効果によるキャッシュフローの改善が期待される。
- この手法の活用により、年間平均200億～300億円の有利子負債を返済する予定。
- 現在稼働中の店舗および計画中の店舗体制下で、2016年3月期までに早期の経常利益200億円体制をめざす。

以下、同社の今後を占う上で重要と思われる事項を、同社業績説明会（2011 年 2 月 16 日以降各四半期開催）及び同社に対する SR 社のインタビュー（各四半期実施）をもとにまとめた。

SR 社は、同社が再び成長トレンドに乗るための「必要十分条件」を挙げるとするならば、「必要条件」として有利子負債の順調な返済が、「十分条件」として米国での店舗オペレーションが成功、追加的に出店を行えるようになることがそれぞれ該当すると考える。

セール・アンド・リースバック

同社は、2014 年 3 月期までセール・アンド・リースバックの実施により、有利子負債の削減を進め、2014 年 3 月期末の有利子負債は 36,800 百万円、現預金を控除した純有利子負債は 11,600 百万円となった。2015 年 3 月期にはセール・アンド・リースバックを実施せずとも純有利子負債はほぼゼロとなるという。計画通りいけば、中計最終年度である 2016 年 3 月期の 1 年前倒しで実質無借金を達成することになる。

米国展開

一方、同社が今後の収益機会を見出している米国においては、一定の収益性（売上：600 百万ドル、経常利益率 20%程度（1-3 年目）、同 30%程度（4-6 年目））等が確認できれば新規

出店をさらに加速していく構えのようだ。なお、SR 社は、同社が米国で出店を加速させるためには、現地でオペレーション等を行う人材を急ピッチで育成していく必要があるとみている。

海外に関し、将来的には国内と同水準の経常利益（10,000 百万円程度）に早く到達させたいと同社は述べている。

なお、2015 年 5 月時点の国内および海外の出店計画とその概要は以下の通りである。

2015 年 3 月期以降の出店計画

国内

予定時期		店舗名/出店予定地域	店舗タイプ		
2015年	12月	札幌すすきの店（北海道札幌市）（仮称）	スタンダード	繁華街	
2015年	12月	関西エリア	スタジアム	ロードサイド	
2017年	春頃	関東エリア	スタンダード	ロードサイド	

米国

予定時期		店舗名/出店予定地域	店舗タイプ		
2015年	6月	サンタアナ店（米国カリフォルニア州）	スタンダード	ロードサイド	大型モール内
2015年	7月	シアトル店（米国ワシントン州）	スタンダード	ロードサイド	大型モール内
2015年	9月	サンノゼ店（米国カリフォルニア州）	スタンダード	ロードサイド	大型モール内
2016年	1月	タウントン店（米国マサチューセッツ州）	スタンダード	ロードサイド	大型モール内
2016年	3月	ベンセーラム店（米国ペンシルベニア州）	スタンダード	ロードサイド	大型モール内
2016年	3月	サンバレー店（米国カリフォルニア州）	スタンダード	ロードサイド	大型モール内
2016年	春頃	ブロードウェイ店（米国ニューヨーク州）	スタンダード	ロードサイド	大型モール内
2017年3月期以降		年間7から8店舗の出店予定			

出所：2015 年 5 月実施の同社決算説明会資料をもとに SR 社作成

国内

2015 年 5 月時点の計画では、2016 年 3 月期には、札幌すすきの店と、関西エリア 1 店舗の計 2 店舗の出店を計画している。また、2017 年春頃に関東エリアに 1 店舗の出店を計画している。

市場動向と立地戦略

同社によれば、ボウリング需要の伸び悩みや、2014 年 4 月実施の消費増税の影響などにより、同社を除くボウリング場の閉鎖が続く可能性があるとしている。同社は、同一商圏内の 1 店舗が閉鎖することで、同社店舗への影響は+5%～+7%程度と想定しており、出店できるエリアについては、再度出店を行う計画である。

但し、デベロッパー側で内装も含めた初期投資額の大部分を負担するケースでかつ首都圏立地、ないしは地方の大型ショッピングモール内の立地になどに絞って慎重に出店していく計画である。

同社は、2014 年 3 月期以前において、国内での出店を原則凍結していた。その理由は、まず第 1 に財務リストラを優先し、バランスシートの圧縮に努めたからである。また過当競争からボウリング、アミューズメントを中心に業界全体に業績不振が続いていたこともある。

ボウリング、アミューズメントともに他業者が店舗を縮小する傾向にはあるものの、そのペースは同社が残存者メリットを享受するにしては緩慢であることが問題であったが、消費税率引き上げと、同社の価格戦略は、アミューズメント業界内における淘汰の加速につながると期待している。

海外

同社は 2015 年 3 月期以降、創出したキャッシュフローを米国における出店に投下していく方針である。2015 年 5 月時点の計画では、2016 年末までに米国で 15 店舗体制を整え、業績動向を見ながら次の展開を考えるとしている。

既存店舗の状況

同社によれば、新店ではアミューズメント機器が 3 年でリースアップするため、その後は大幅にコスト減となるとのこと。さらに 6 年経過するとボーリングやその他の施設のリースアップによるコスト減もあるとしている。

同社によれば、米国ではアミューズメントと飲食の比率が高い点が特徴とであるとのこと。アミューズメントの比率が高いのは、他のゲームセンターには存在しない、最新の日本製ゲームが設置されていることや、大型モール内にあることも一因であるとしている。飲食の比率が高いのは、日本と異なり、飲食をしながらボウリングする傾向があるためだとしている。

なお、米国でも日本と同様に、週末の稼働率が高いとのことである。このため、店舗の立ち上がりの状況は、立地に加えて店舗面積が影響しているとのこと。同社によれば、小規模店舗は、販売機会ロスやアミューズメント機器の品揃えの少なさなどにより大規模店舗に対して見劣りする状況にあるとしている。各店舗の収支状況は以下の通りである。

米国店舗の設備投資額及び収支状況				
（百万ドル）		好調店舗	平均店舗	低調店舗
投資額	初期投資額	6.0	6.0	5.5
年間収支	総売上	7.0	5.1	3.2
	営業利益：初年度	0.8	0.0	-0.5
	営業利益：2～3年目	1.3	0.35	-0.15
	営業利益：4年目以降	1.75	0.85	0.35
	営業利益率：4年目以降	25.0%	16.7%	10.9%
該当店舗（出店時期）		1号店(2010年8月）：営業面積1,686坪	3号店(2013年8月）：営業面積1,223坪	2号店（2012年9月）：営業面積1,249坪
			5号店（2014年12月）：営業面積1,824坪	4号店（2014年10月）：営業面積1,121坪

出所：2015年5月8日付同社期決算説明会資料よりSR社作成

差別化を狙った大型ショッピングモール内への出店方針

基本的に大型ショッピングモール内に出店していく方針であり、対象となるショッピングモールは全米で1,000程度あるとしている。その中にボウリング場があるのはほとんど皆無である。一方、ゲームセンターは6割程度のショッピングモール内には存在するが、せいぜい20台程度と少数のマシンしか入っていない模様。同社は米国ボウリング市場に「ラウンドワン」は存在しない、つまり、日本市場に同社が参入した頃と同じように、ボウリングを中心とした複合施設は他になく、差別化による収益機会を米国市場にも見出しているとコメントしている。

1店舗あたり投資額は約6億円

米国における出店に関しては、1店舗当たり約600百万円の設備投資額を見込んでいる。ただし、ファイナンス・リースの活用により、実際は300百万円程度の初期投資に留まるとしており、営業キャッシュフローを年間約10,000百万円とすれば、年間30店舗の出店が資金的には可能であるという。さらに、日本においても、2007年3月期に年間15店舗の出店を（路面店を中心に）行った実績があるが、ショッピングモール内へ内装のみを行って出店することによって、路面店を出店するよりも用地取得等の労力低減が図れることを踏まえれば、大量出店は可能とみているもようである。

出店方針の概要

出店候補地：全米の既存大型ショッピングモール内への直営による居抜き出店（出店対象となるモールは全米で約900施設）

営業面積：42,000平方フィート（約1,200坪）～64,000平方フィート（約1,800坪）
商圏人口：半径5マイル（約8km）、15万人以上
　　　　　半径10マイル（約16km）、40万人以上

対象顧客：ショッピングモールへの来店客（夜間は大学生を中心とした若年層） / 男女比は 50 対 50 を想定

平均客単価約：14 ドル（1,680 円）
売上構成：アミューズメント約 56%、ボウリング約 25%、飲食約 16%、その他 3%

標準的な投資額約 600 万ドル（約 7.2 億円、内訳：内装関連約 2.3 億円、アミューズ機器約 2.7 億円、その他機器（ボウリング等）約 1.3 億円、その他開業費等約 0.4 億円）
リース費用の特性アミューズ機器は 3 年で償却、その他機器（ボウリング等）は 6 年で償却、4 年目以降はリース料負担が軽減されるために利益額（利益率）が向上

事業内容

概略

コア・ビジネス―複合アミューズメント店舗の運営

同社は、関西圏ならびに関東圏を中心として全国的に屋内型複合アミューズメント施設を運営している。大阪・京都・兵庫にまたがる一部の地域（「北摂」）では、同社のプレゼンスは極めて高い（2015 年 3 月時点で 31 店舗を展開）。同社が提供するサービスはまずボウリングだが、それ以外にアミューズメント（ゲーム）やカラオケそしてスポッチャ（「スポーツ・チャレンジ」という和製英語の略）がある。このように、同社の提供するサービスは多岐にわたるが、それぞれの損益を把握することは容易ではない。すべてひとつの店舗内で来場者に提供されるサービスであり、総費用を適切に配分することが困難なためである。また、複合アミューズメント店舗であることも特徴的である。2013 年 11 月より開始されている新価格戦略ではボウリングで集客し、シナジー効果で他のサービスの売上も伸びるというビジネスモデルを構築している。

ボウリングの限界利益率は高い

ただし、限界利益率においてはボウリングが最も高く、次にスポッチャが高いと推定される。ボウリングの限界利益率は 90%を超えていると推定される一方、アミューズメントでは景品等にかかる変動費があるため、ボウリングほど高い限界利益率はないものと考えられる。カラオケにおいては、利用者に対して食事や飲み物も提供することから売上高に対する変動費の比率が高く、限界利益率も低くならざるを得ない。また、スポッチャの限界利益率もボウリングに似た収益構造となっている。

沖縄宜野湾店

ラウンドワンの店舗（出所：会社データより SR 社作成）

ビジネス

同社の事業における店舗は、「スタンダード型」と「スタジアム型」に分類することができる。スタンダード型では、主にボウリング、アミューズメント（ゲーム）、カラオケが売上高の構成要素となる。一方、スタジアム型ではスポッチャがこれらに加わることになる。

スタジアム型からスタンダード型への回帰

スポッチャフロアを設置したスタジアム型は、スタンダード型に対してより新しい形態の店舗であるが、出店するに際してより広大な敷地が必要となる。従って一部の店舗（千日前店）を除いて、そのほとんどがロードサイドに位置する。同社の最近の出店戦略は、既存のモールや商業施設へのテナントインに限定されているため、諸々の都合により十分な営業面積が確保出来ない場合は、自ずとスタンダード型による出店となっている。

ボウリング（2015 年 3 月期売上高構成比 29.2%）

ボウリングのゲーム料金、貸し靴代、ボウリングフロアに設置されている自動販売機等が売上高の主な構成要素である。総売上に占める割合はアミューズメントに若干劣るが、同社のコアビジネスであり、全ての店舗にボウリングフロアを設置している。現存するボウリング場のほとんどが、昭和 40 年代のボウリングブーム全盛時にオープンし、そのままのスタイルで営業を続ける中、同社はブーム終焉後に新設された設備とムーンライトストライクゲーム等の様々企画によりレジャー色の強い運営により差別化に成功している。2009 年 3 月期以降、概ね市場の伸びを超過して推移しているが、2013 年 3 月期は競合の低価格施策の影響を受けた。また、2015 年 3 月期は、2014 年 4 月に実施された消費増税の影響長期化や、需要期の年末年始が悪天候の影響でなどにより、伸び悩む結果となった。

ボウリング

(百万円)	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期
売上高	28,334	30,787	31,000	32,400	29,700	27,200	24,500
同社前年比の伸率＊	0.5%	8.7%	0.7%	4.5%	-8.3%	-8.4%	-9.9%
連結売上に対する構成比	36.3%	37.5%	36.8%	36.2%	34.6%	32.3%	29.2%
市場の前年比伸率**	-9.9%	-8.8%	-1.2%	-7.3%	-1.3%	-	-

出所：同社月次資料（全社前年比）、社会経済生産性本部「レジャー白書」よりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

**市場は暦年ベース

出所：会社データよりSR社作成

アミューズメント（2014年3月期売上高構成比43.5%）

メダルゲーム、景品ゲーム、体感ゲーム、ビデオゲーム、プリクラにより売上高が構成されており、同社売上に占める割合が最も大きい。セガ、ナムコ、タイトー等のメーカー系のオペレーターが多い中、同社は独立系の純粋なオペレーターでは最大手であり、多様なゲーム機器を自社の判断で設置することが可能となっている。また同社の規模が拡大するに連れ、購買力の増加により、ゲーム機器メーカーとのパワーバランスも好転し、最新ゲームをいち早く大量に設置することが可能となっている。

アミューズメント

(百万円)	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期
売上高	32,218	33,405	35,224	36,400	34,500	34,900	36,500
同社前年比の伸率＊	-3.0%	3.7%	5.4%	3.3%	-5.2%	1.2%	4.6%
連結売上に対する構成比	41.3%	40.7%	41.8%	40.6%	40.2%	41.4%	43.5%
市場の前年比伸率**	-12.2%	-13.4%	-7.6%	-2.1%	-1.3%	-	-

出所：同社月次資料（全社前年比）、社会経済生産性本部「レジャー白書」よりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
**市場は暦年ベース

出所：会社データよりSR社作成

カラオケ（2015 年 3 月期売上高構成比 10.2%）

カラオケルーム料金、飲食料金等で構成されている。立地条件以外に差別化が困難なカラオケ事業だが、同社は店舗同士をネット回線で繋いで、全店舗を対象にした独自カラオケランキング機能や、ミニステージを設置したステージルーム、またマッサージチェアを備えたマッサージルーム等により他社との差別化を図っている。

カラオケ

(百万円)	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期
売上高	5,686	6,037	6,715	8,200	8,300	8,400	8,600
同社前年比の伸率＊	4.4%	6.2%	11.2%	22.1%	1.2%	1.2%	2.4%
連結売上に対する構成比	7.3%	7.4%	8.0%	9.2%	9.7%	10.0%	10.2%
市場の前年比伸率**	-1.4%	-8.6%	-1.6%	1.6%	1.6%	-	-

出所：同社月次資料（全社前年比）、社会経済生産性本部「レジャー白書」よりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
**市場は暦年ベース

出所：会社データよりSR社作成

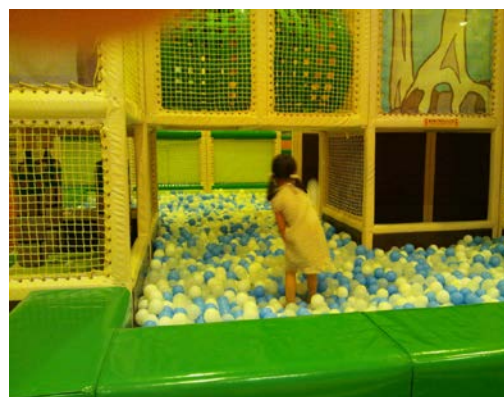
スポッチャ（2015 年 3 月期売上高構成比 13.7%）

売上高は、スポッチャ施設への入場料と同施設内の飲食代で構成される。同施設が設置されているのはスタジアム型店舗に限定されており、スタンダード型よりも規模が大きく、ほとんどがロードサイドに立地している。店舗の屋上階とその下の階が、スポッチャ専用エリアとなっていることが多く、利用できるサービスは、リラクゼーション、スリーオンスリー・バスケットボール、体感ゲーム、ビデオゲーム、バッティング、インラインスケートなどが含まれる。利用者は一部飲食代を除いて追加料金を支払うことなく一定の時間内においてこれらのサービスのすべてを利用することができる仕組みであり、同社しか持ち得ない施設である。また、キッズを対象としたキッズスポッチャでは、スライダー、ボールプール、キッズ専用カラオケなどで、子供連れファミリー層に対応している。

スポッチャ

(百万円)	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期
売上高	9,278	8,963	8,748	9,400	10,300	10,900	11,500
同社前年比の伸率＊	0.9%	-3.4%	-2.4%	7.5%	9.6%	5.8%	5.5%
連結売上に対する構成比	11.9%	10.9%	10.4%	10.5%	12.0%	12.9%	13.7%

出所：同社月次資料（全社前年比）よりSR社作成
＊表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

出所：会社データよりSR社作成

出所：SR社作成

その他　（2015 年 3 月期売上高構成比 3.2%）

売上高は、同社の店舗内の飲食店などのテナントからの賃料収入、スタンダード型店舗のビリヤード、ダーツ、卓球等よって構成されている。

その他

(百万円)	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期
売上高	2,466	2,918	2,613	3,000	2,900	2,700	2,700
同社前年比の伸率＊	26.3%	18.3%	-10.5%	14.8%	-3.3%	-6.9%	0.0%
連結売上に対する構成比	3.2%	3.6%	3.1%	3.3%	3.4%	3.2%	3.2%

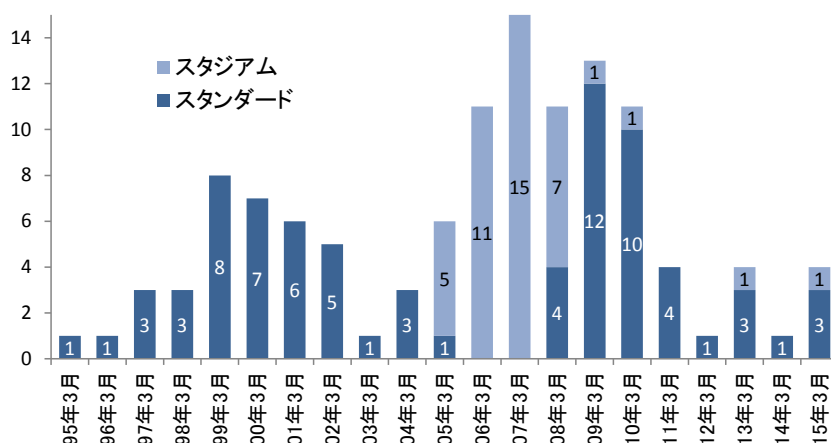
出所：同社月次資料（全社前年比）よりSR社作成
＊表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

店舗展開

同社の複合アミューズメント店舗数は 2015 年 3 月末で 118 店舗（スタンダード店舗 67 店舗、スタジアム店舗 46 店舗、米国 5 店舗）。最も古いものは 1995 年 3 月期にオープンしている。2005 年 3 月期から 2008 年 3 月期にかけてはスポッチャ施設を擁するスタジアム型の出店が中心となったが、2009 年 3 月期以降はスタジアム型の出店は、年間約 1 店舗ペースへと激減している。同社の店舗展開は、新規出店を決定してから実際の営業開始までに 6 カ月から 2 年程度の期間を要する。同社の出店方針は、ここ数年間テナントインに限定しており、2006 年 3 月期から 2010 年 3 月期にかけては年間 10 店舗以上の出店を行っていたが、2011 年 3 月期以降の出店は年間 1～4 店舗に留まっている。

店舗数の推移	09年3月期	10年3月期	11年3月期	12年3月期	13年3月期	14年3月期	15年3月期
出店数	13	11	4	1	4	1	4
退店数	2	0	0	0	1	0	0
期末店舗数	**94**	**105**	**109**	**110**	**113**	**114**	**118**
所有店舗	**61**	**69**	**69**	**63**	**58**	**21**	**29**
賃借店舗	**33**	**36**	**40**	**47**	**55**	**93**	**84**
日本	**94**	**105**	**108**	**109**	**111**	**111**	**113**
スタンダード	52	62	65	66	66	66	67
（ロードサイド）	45	55	57	58	57	57	58
（繁華街）	7	7	8	8	9	9	9
スタジアム	42	43	43	43	45	45	46
（ロードサイド）	42	43	43	43	44	44	45
（繁華街）	-	-	-	-	1	1	1
米国	**-**	**-**	**1**	**1**	**2**	**3**	**5**

出所：会社データよりSR社作成

新規出店件数

出所：会社データよりSR社作成

コスト分析

同社によると同社の限界利益率は 70～80%である。

同社のビジネスモデルにおいては、施設当たりの固定費が中長期的に減少傾向にある。同社によるモデルケースによれば、新規出店後 3 年間における年間リース料は 203 百万円であるのに対して、4 年目から 6 年目までは 123 百万円、そして 7 年目では 94 百万円である。同期間において売上高が一定であると想定した場合、それぞれ売上高に対する比率は、16.9%、

10.3%、7.8%である。売上高およびその他の条件が一定とすれば、比率の低下分だけ営業利益率は上昇すると見込まれる。

リース料（百万円）	1～3年目	4～6年目	7年目以降
ボウリング	360	360	360
アミューズメント	340	340	340
カラオケ	60	60	60
スポッチャ	440	440	440
売上高	**1,200**	**1,200**	**1,200**
ボウリング	36	36	4
アミューズメント	150	77	79
カラオケ	17	10	11
スポッチャ	77	18	19
リース料	**203**	**123**	**94**
ボウリング	10.0%	10.0%	1.1%
アミューズメント	44.1%	22.6%	23.2%
カラオケ	28.3%	16.7%	18.3%
スポッチャ	17.5%	4.1%	4.3%
売上高に対するリース料の構成比	**16.9%**	**10.3%**	**7.8%**

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

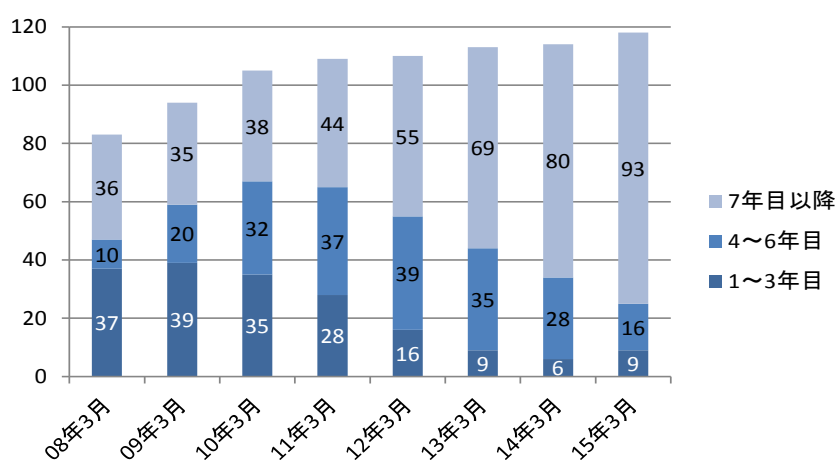
リース料が低減する理由は、初期投資の一巡効果が徐々に出てくるからである。ボウリング以外の部門においてはリースの更新期間が 3 年であり、初期投資分が一巡する 4 年目以降は 3 年目までと比較してリース料が低下する。ボウリングのリース契約は 6～7 年間であるため、当初の 6～7 年間においてリース料に変化はみられないが、7～8 年目以降に関してはリース料が低下する。これらによって、4 年目ならびに 7～8 年目において全体のリース料が前年と比較して低下していくのである。

ボウリングに関しては、売上高に占めるリース料の比率が 10.0%と他の部門よりも低く、変動費も少ない（限界利益率が高い）ため同社の利益の柱とされている。さらには 7 年目以降に関してはリース料の売上高に対する比率が 1.1%にまで低下するため、ボウリングの利益率はさらに上昇すると推定できる。ボウリングにおいては、他の部門と異なり実質的に追加投資を行うことなくリースの再契約を行うことができるため、リース料の低下が大幅になるのである。

ただし、ここでは売上高が一定であることを前提としているため、実際には既存店売上高の動向が同社の利益率に大きな影響を及ぼす。現実問題としては、スポッチャの売上高の絶対額ならびに毎年一定の売上高を維持するという想定にやや無理があり、スポッチャの売上高に占めるリース費用の比率は上記の数値よりも実際は大きくなるものと推測される。ただし、それ以外の部門においては同社を分析するうえで、ある程度参考になる数値といえよう。

店舗年齢推移

2009 年 3 月期まで、新規オープン以来 1～3 年目の店舗数は増加を続けたが、2011 年 3 月期以降の出店ペースの鈍化を受けて、同社における店舗年齢別構成においては、固定費負担の少ない 4 年目以降の店舗の構成比が継続的に拡大している。結果として、同社の固定費負担が低下しつつあるといえる。

店舗年齢別店舗数の推移

出所：会社データよりSR社作成

グループ企業

以前、同社にはポイントカード発行を行う連結子会社が存在した時期があったが、事業展開が当初見込みに達しなかった。2002 年 3 月期には同事業は清算され、2003 年 3 月期以降は連結決算自体が取り止めとなっていた。一方、2002 年からはリース会社の勧めに従い、SPC スキームを活用した新規出店が開始されている。当時の関係法令に則れば開発型 SPC はオンバランス化する必要がなく、連結財務諸表の作成・提出も義務づけられていなかった。ただし、2007 年 3 月期の段階では、SPC を連結対象とすることが義務づけられ、SPC にかかる資産ならびに負債などが同社の連結財務諸表に反映されることとなった。

その結果、2013 年 3 月期末時点で連結子会社には匿名出資組合 55 社が含まれている。なお、2011 年 3 月期からは 米国子会社 Round One Entertainment Inc.が連結対象となっている。

SW（Strengths, Weaknesses）分析

強み（Strengths）

- **ユニークなビジネスモデル**：同社のビジネスモデルは、一つの大型アミューズメント施設内にボウリング、ゲームセンター、カラオケ、スポッチャ（未設置店舗あり）、ビリヤード、ダーツ等を組み合わせ、複合化によるシナジー効果を発揮することで集客力を高めると同時に、アイテム毎の好不調を平準化することで営業収入を安定化させている点に特徴がみられる。市場全体は緩やかながら縮小しているものが多いが、同社は業界内の競合他社が淘汰される過程で残存者メリットを得て、全国展開する複合アミューズメント施設の唯一の運営事業者として拡大を続けている。過去に大手ゲームメーカーやデベロッパー等が類似施設の営業を試みたが、運営ノウハウの構築や多大な設備投資が足かせとなり、ことごとく失敗に終わっている。
- **ブランド力**：同社は顧客認知度が高い。主要テレビ局のCMを通じてブランドを宣伝することで、全国展開を行う同社のプレゼンスをさらに高めることが可能といえる。
- **キャッシュフロー創出力の高さ**：過去の高い収益成長は安定成長となったものの、既存店の収益が鈍化すると、同社のフリーキャッシュフロー創出力も伸び悩むこととなるため、既存店売上高を維持することが重要である。

弱み（Weaknesses）

- **出店のリスクの大きさ**（小売業者などと比較した場合）：小売業者の場合、店舗のスクラップ・アンド・ビルドが比較的容易であるのに対して、同社の設備は規模が大きく、かつ特殊であるため、撤退する場合には大きな除却損が発生する可能性がある。ただし、2011年3月期以降は居抜物件を活用しており、大手スーパーの跡地に出店した府中本町駅前店のように、設備投資額を抑えて成功を収めている例もある。今後の出店がこうした居抜き物件の活用であれば、出店リスクは軽減される余地がある。
- **市場の縮小傾向**：国内における既存事業のみを捉えれば、市場でのプレゼンスがある一定の水準にまで到達した段階で、成長率は鈍化せざるを得ない。同社では長期的な成長を持続させるための、新たな市場を求めて2010年より北米へ進出している。海外への出店は、カントリー・リスクやメダルゲームのような法的規制の問題があるが、既に営業を開始している3店舗（2014年3月現在）の状況をみると、一定の成功を収めていると思われる。
- **業界内における淘汰の遅延**：国内においてボウリング、アミューズメント市場が縮小する中、既存業者の数は減少傾向にある。もっとも、一定の営業キャッシュフローを創出しているためか、その縮小ペースは緩慢といわざるを得ない。同社が残存者メリットを得るためには、業界内において淘汰がより加速する必要がある。

市場とバリュー・チェーン

マーケット概略

1960 年代に初めて日本に入ってきたボウリングは日本人に広く受け入れられた。当時ボウリング場に適した遊休地を持つ企業は、ボウリング場の建設を積極的に行った。当時の日本国内のボウリング場の数は約 4,000 ヵ所に達したが、今日では 900 程度にまで減少してきている。ボウリングをするのに何時間も行列していた昔と比較すれば、隔世の感が否めない。今日では日本人のアミューズメントやエンターテインメントの楽しみ方もかなり多様化しており、ボウリングへの支出割合は減少傾向が続いているようである。

同社が事業を行う市場に大きな成長性があるとは考えにくい。しかし、サイクルは存在しよう。もっとも、一般的な在庫循環や設備投資循環などの景気循環というよりは、同社の提供するアミューズメントとそれ以外のアミューズメントやエンターテイメントとの兼ね合いによるものである。例えば、ボウリングに自動スコアリング・システムが導入された際には、これがボウリングの再ブームにつながったことがあった。また、一方では過去に携帯電話の若年層への浸透が急速に進んだ時期に、彼らの可処分所得が携帯電話関連領域の消費に集中したため、同社の店舗への来場者数や同社売上高にネガティブな影響を与えたことがあった。他にも家庭用ゲーム機器の発売や人気ソフトの発売など、同社の来場者数や売上高に影響を与える事例には事欠かないが、概してどのサイクルも短期的な調整に終わる傾向がある。一方、同社が事業を行う市場は長期的には緩やかな縮小傾向にあるといえる。

市場動向	2001年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
ボウリング							
市場（億円）	1,150	1,010	910	830	820	760	750
（前年比）		-1.0%	-9.9%	-8.8%	-1.2%	-7.3%	-1.3%
参加人口（万人）	3,440	2,510	2,350	2,210	1,780	1,690	1,450
（前年比）		0.0%	-6.4%	-6.0%	-19.5%	-5.1%	-14.2%
カラオケ							
市場（億円）	4,510	4,270	4,210	3,850	3,790	3,852	3,912
（前年比）		-2.1%	-1.4%	-8.6%	-1.6%	1.6%	1.6%
参加人口（万人）	5,150	4,310	4,430	5,000	4,680	3,910	3,650
（前年比）		0.5%	2.8%	12.9%	-6.4%	-16.5%	-6.6%
ゲームセンター							
市場（億円）	5,460	6,780	5,950	5,150	4,760	4,660	4,600
（前年比）		3.0%	-12.2%	-13.4%	-7.6%	-2.1%	-1.3%
参加人口（万人）	2,160	2,200	2,270	2,900	3,000	1,910	
（前年比）		-2.7%	3.2%	27.8%	3.4%	-36.3%	

出所：社団法人・社会経済生産性本部「レジャー白書」よりSR社作成

2014 年 3 月期末時点で日本国内に 111 店舗を展開する同社は、国内ボウリング市場においておよそ市場の 3 分の 1 のシェアを占めると推定される（金額ベース）。店舗数でのシェアは

10%前後に過ぎないものの、平均的なボウリング場に比べて同社は一店舗当たりのレーン稼働率が大きく、金額ベースでのシェアは店舗数ベースよりも著しく高くなる。同社がボウリング市場に参入したのは 1980 年代初頭であり、今から振り返れば、同市場に新規参入が可能な最後の時期であったようにも思われる。後発の同社は、ゲームなどの他のアミューズメントを組み込んだ新しいボウリング場を開発し、それを「ラウンドワン」ブランドを冠した全く新しい複合アミューズメント店舗に発展させたのである。日本のボウリング市場の規模は、現在 700 億～800 億円市場と推測されるが、毎年約 10 ヵ所の施設が閉鎖されてきたことを踏まえれば、今後も市場の縮小は続くものと考えられる。同社は数ある弱小運営業者が次第に市場から撤退する一方で自らの市場シェアを拡大させ、売上高の成長を達成できる可能性が高い。

比較的参入障壁が低かったゲームセンター市場は、過去に乱立が続いた結果、市場は飽和状態にある。市場規模はピーク時の 7,000 億円超から約 5,000 億円弱に縮小。一部の既存事業者は、市場の縮小を受けて同事業について再検討するに至っている。全国展開する大手事業者のなかには、より小規模な地方企業に事業を売却する動きもみられる。メーカーがゲームタイトルの製造を抑制するなど、設備過剰は関連企業も含めて業界全体に波及している。実際、小規模なゲームセンター事業者は資金繰り面での課題から新たなゲーム機を導入できず、メーカーも生産するゲームタイトル数を減らさざるを得なくなり、回りまわって、大規模ゲームセンター事業者が導入するゲーム機の選択肢も狭まるという悪循環が起きている。

米国市場

同社は米国市場における出店加速を計画している。同社の 2014 年 3 月期の決算説明会資料によれば、米国ボウリング市場は以下のようになる（市場規模等は「レジャー白書 2013」を基に同社推定）。

（概要）

- 市場規模：70億ドル（1米ドルを100円とすれば、日本（750億円）の約9.2倍の市場規模）
- センター数：5,350センター（民営：約4,800センター/その他（軍・協会等）：約550センター）
- 参加人口：約7,100万人（1年に1回以上ボウリングをする人口、日本は約1,450万人）

その他特徴は以下。

- 大手2社（Brunswick社、AMF Bowling社）が約400店舗、準大手が約50店舗程度で、その他のほとんどは家族経営である
- 不況時に強く、ここ数年間は安定成長を継続している
- 古いタイプのボウリング場は年々閉鎖され、ボウリング以外のアイテム（ゴーカート、アーケードゲーム、ミニゴルフ等）で複合化された店舗が年間20～50店舗建設されている
- 他のレジャー （ゴルフ、釣り、テニス、ビリヤード、サイクリング、ローラースケート、

アイススケート、マラソン）に比べて参加率が非常に高い
- 身近な社交の場として、平均所得者以上の層の利用割合が増えている

顧客

同社の施設への来場者の世代別構成比は、10 代および 20 代の若年層が全体の 50%前後、30 代および 40 代前半のファミリー層が 30%前後、残る世代が 20%程度である。日本における人口減少や少子高齢化が進む中で、主要顧客層である若年層は、中長期的に減少する可能性が高く、結果として、同社にとって来場者数の減少にも直結しかねない。ただし、同社の複合アミューズメント店舗に慣れ親しんだ現在の若年層は 30 代、40 代になってもリピーターであり続ける可能性があり、必ずしも悲観的になる必要はないと SR 社では考える。

サプライヤー

特に主だった調達部材は存在しない。同社の店舗における設備も資産として取得したものではなく、リースされているものがほとんどである。アミューズメント（ゲーム）のゲーム機器に関しては、セガサミーホールディングス株式会社（東証 1 部 6460）、株式会社バンダイナムコホールディングス（東証 1 部 7832）、株式会社タイトー（株式会社スクウェア・エニックス・ホールディングス（東証 1 部 9684）の子会社）、ならびにコナミ株式会社（東証 1 部 9766）が主要メーカーであり、コナミ株式会社を除いて、これらの企業も同様に自らゲームセンターを運営している競合他社であるが、一方でこれらの主要ゲーム機器メーカーにとって同社は最大手顧客でもあるという矛盾も生じている。

参入障壁

同社の各事業領域においては、表面上、参入障壁はないように思われる。ただし、各アミューズメント施設を単独で運営するのではなく、全国に複合アミューズメント店舗を展開できるノウハウは専ら同社だけが有しているものであり、これが参入障壁になると考えられる。また、市場における同社のブランド認知度は極めて高く、単独のアミューズメント施設を運営する中小業者には、このブランド力も参入障壁になるものと考えられる。加えて、設備投資に数 10 億円規模を要するため、こうした投資負担も参入障壁として存在する。一方、同社に対するゲーム機器の納入業者は市場参入を試みてきたが、こうした参入障壁の存在のためか、これまでのところいずれも失敗に終わっている。

競合環境

同社は屋内型複合アミューズメント店舗を全国的に運営するという点でユニークな事業体であるため、厳密な意味での競合他社は存在しない。広義には、一般のボウリング場、ゲームセンター、カラオケボックスなどすべてが競合他社であるともいえるが、同社によれば全く同じ営業形態である「ラウンドツー」は存在しないとのことである。

個別分野でもトップシェアを誇る

ボウリングに関しては、株式会社スポルト（株式会社コシダカホールディングス（JASDAQ2157）から 2012 年 9 月に株式会社ヴィーナス・ファンドに営業譲渡）が売上高シェアで第 2 位と推測されるが、16 店舗のボウリング場を運営しているに過ぎない。また、店舗数での第 2 位は、株式会社ネクスト（旧トコリ・グローバル株式会社）で T.T BOWL を約 40 店舗運営（2014 年 3 月時点）していたが過度なダンピングや無理な多店舗展開により 2014 年 3 月に民事再生を申請した。アミューズメント（ゲーム）では、セガサミーホールディングス社、バンダイナムコホールディングス社、タイトー社などが競合他社となるが、いずれも複合的なアミューズメント店舗を全国展開しているわけではない。また、アドアーズ株式会社（JASDAQ4712）や株式会社ゲオホールディングス（東証 1 部 2681）の子会社である株式会社ウェアハウスなども競合他社として挙げられるが、同社にとっての最大の収益源と目されるボウリングに深く関与していないことに加え、規模的に直接比較できる段階には至っていないといえるであろう。

代替品

同社のサービスは利用者に対してアミューズメントやエンターテインメントを提供するものであるため、いかなる他のアミューズメントやエンターテインメントも同社のサービスの代替品となり得る。ただし、同社の主力であるボウリングに関しては、どの世代の利用者も一緒になって楽しめ、スポーツとしての性格もあり、時間的にも金銭的にも負担が小さく、覚えるべきルールもほとんどないなどの特色がある。よって、ボウリングに対する需要が現状以上に急速に低下するとは考えにくい。アミューズメントやエンターテインメントの多様化傾向は続くであろうが、ボウリングは長期的にみても独立したカテゴリーとして存在し続ける可能性が高い。

過去の財務諸表

概略

前期以前の業績概況（参考）

2014年3月期通期決算実績

売上高は84,272百万円（前年比1.9%減）、営業利益10,088百万円（同12.8%減）、経常利益7,818百万円（同4.9%減）、当期純損失19,681百万円（前年、601百万円の当期純利益）であった。

11月下旬から国内全店舗において「お得感」、「割安感」を前面に打ち出した新料金体系を実施し、来客数の増加に努めた他、「ラウンドワン×ヱヴァンゲリヲン新劇場版」等を起用したプロモーション活動や企画の実施し、集客力の向上と業績回復に努めた。また、米国出店等の成長への布石として財務体質の強化を積極的に推し進め、国内37店舗について店舗資産を売却すると同時に賃借することで、営業を継続する手法であるセール・アンド・リースバックを実施し、実質有利子負債の大幅な削減を行った。

サービス別の売上状況は以下の通りである（括弧内は既存店）。
ボウリング：前年比8.6%減（同10.5%減）
アミューズメント：前年比1.3%増（同1.7%減）
カラオケ：前年比1.3%増（同1.8%減）
スポッチャ：前年比5.7%増（同5.1%増）

会社計画に対する達成率は、売上高で98.0%、営業利益で87.0%、経常利益で93.1%となった。同社は、会社計画を下回った理由として、2月における積雪の影響が大きかったとしている。また2014年4月1日以降、7%程度の値上げを実施しているが、ボウリングを中心に、やや客足が遠のいているとしている。同社では、消費増税実施後に家計の負担が増えたことや、増税前に耐久消費財を購入し、ボウリングに消費を回す余裕のない家庭が多いのではと分析している。そのため、第2四半期（7-9月期）まで状況を見極め、打開策を考えていきたいとしている。

特別利益、特別損失の発生及び繰延税金資産の取り崩しについて

同社は、セール・アンド・リースバックの実施を積極的に推し進めたことに伴い2014年3月期第3四半期連結累計期間までに固定資産売却益490百万円を特別利益として計上し、固

定資産売却損 2,241 百万円及び減損損失 24,583 百万円を特別損失として計上していた。また、第 4 四半期連結会計期間において売却が行われた店舗についても新たに固定資産売却益 2,025 百万円を特別利益として計上した。将来売却が見込まれる店舗を含めたすべての店舗において「固定資産の減損に係る会計基準」に基づき再度検討した結果、新たに減損損失 7,073 百万円を特別損失として計上した。 なお、上記特別利益及び特別損失は 2014 年 2 月 10 日公表の業績予想に織り込み済みである。

また、今後の業績見通しを踏まえ、繰延税金資産の回収可能性を慎重に検討した結果、2014 年 3 月期連結決算において、繰延税金資産の一部 3,648 百万円を取り崩すこととし、法人税等調整額に計上した。繰延税金資産の取り崩しについては 2014 年 2 月 10 日公表の業績予想に含めていない。

2013 年 3 月期通期決算実績

売上高は 85,903 百万円（前年同期比 4.1%減）、営業利益 11,565 百万円（同 27.9%減）、経常利益 8,217 百万円（同 28.4%減）、当期純利益 601 百万円（同 78.4%減）であった。

2012 年 4 月に「ダイバーシティ東京 プラザ店」、「千日前店」の 2 店舗をオープン、2012 年 12 月に池袋店をオープンし、東西の中核店舗として稼働を始めた。また、海外においては、2012 年 9 月に海外 2 号店となる「モレノバレー モール店（米国カリフォルニア州）」を出店した。従って、2012 年 3 月期中に出店した店も含めて、期中の店舗稼働月数（店舗数×稼働月数）は 1,344 カ月となり、2012 年 3 月期の 1,314 カ月から 30 カ月増加した。しかし、既存店売上高（国内）が前年比 9.0%減となったことが響き、減収となった。2012 年 3 月期の実績が、「安・近・短」嗜好の高まりにより堅調であった上、個人消費の低迷など厳しい経営環境を反映したものと推測される。

サービス別の売上状況は以下の通りである（括弧内は既存店）。特にボウリングとアミューズメントの落ち込みが厳しかった。

- ボウリング：前年比8.2%減（同11.3%減）
- アミューズメント：前年比5.3%減（同10.7%減）
- カラオケ：前年比0.9%増（同3.7%減）
- スポッチャ：前年比10.2%増（同0.2%増）
-

ボウリングに関しては、市場縮小に加え、一部業者が料金の大幅な値下げや深夜割引などを実施した影響もあった模様。また、アミューズメントは、売上の約 4 割を占めるメダル・ゲームの客単価減少の影響を受けたほか、売上の約 3 割を占める UFO キャッチャーの不振も響いたとしている。

同社の限界利益率は高い（80%程度と SR 社は推定）ことから、売上減少によって、営業利益以下も大幅な減益となった。また、セール・アンド・リースバックを積極的に実施することで、有利子負債返済に努めており、セール・アンド・リースバックに伴う損失約 4, 600 百万円など特別損失合計で 7,387 百万円を計上、当期純利益は低水準に留まった。

有利子負債返済は着実に進展しており、2013 年 3 月末の有利子負債は 90,224 百万円と 2012 年 3 月末の 110,914 百万円より 20,690 百万円減少。現預金残高を控除した純有利子負債は 2013 年 3 月末で 64,900 百万円と 2012 年 3 月末の 81,427 百万円より 16,527 百万円の減少となった。もっとも、同社によれば、セール・アンド・リースバックの実施が一部 2014 年 3 月期に期ズレした影響もあり、有利子負債減少は見込みよりも縮小したとのことである。

2012 年 3 月期通期決算実績

売上高は前年比 6.2%増の 89,568 百万円であった。

既存店売上高（国内店舗のみ）は前年比 1.7%増であった。同社によれば、1）新型ゲーム機の導入、人気作品「ONE PIECE」とのコラボ企画の実施等により業績向上に努めたこと、2）東日本大震災以降、一時的に顧客の「安・近・短」嗜好が増し、同社サービスに対する需要が堅調であったこと、などが増収に寄与した模様だ。サービス別の売上状況は以下の通りである（括弧内は既存店）。

- ボウリング：前年比4.5%増（同0.4%増）
- アミューズメント：前年比3.1%増（同1.1%減）
- カラオケ：前年比24.0%増（同15.7%増）
- スポッチャ：前年比7.5%増（同7.5%増）

店舗に関していえば、2011 年 9 月にモレラ岐阜店を新規出店、これにより 2012 年 3 月末における総店舗数は 110 店舗（国内 109 店舗、米国 1 店舗）となった。2011 年 3 月期中に出店した店も含めて、期中の店舗稼働月数（店舗数×稼働月数）は 1,314 カ月となり、2011 年 3 月期の 1,275 カ月から 39 カ月増加し、増収に寄与した。

また、同社の限界利益率は高い（約 79%程度と SR 社は推定）ことから、売上増によって、営業利益は前年比 40.5%増の 16,036 百万円となった。当期純利益は特別損失で合計 5,710 百万円を計上（うちセール＆リースバック実施による損失が約 5,030 百万円）したが、2,781 百万円となった（2011 年 3 月期は当期純損失 12,673 百万円）。

同社は 2012 年 3 月期において、「町田店」、「板橋店」、「千日前店」、「川崎大師店」、「鹿児島

宇宿店」、「横浜駅西口店」、「堺中央環状店」の計 7 店舗のセール＆リースバックを実施した。

会社予想との対比に関しては、売上高はほぼ会社予想通り。経常利益は営業外費用の減少（資金調達費用と支払利息の減少）などもあって会社予想を約 400 百万円程度上回った。一方当期純利益は、法人税率の変更影響（約 600 百万円）等によって、会社予想を約 500 百万円下回った。

2011 年 3 月末の有利子負債は 136,159 百万円、現預金残高 22,773 百万円を控除した実質有利子負債は 113,386 百万円であったが、2012 年 3 月末の有利子負債は 110,914 百万円、現預金残高 29,487 百万円を控除した実質有利子負債は 81,427 百万円となった。同社の計画では 2012 年 3 月末の実質有利子負債 96,900 百万円を計画していたが、それを上回るペースで有利子負債の返済が進んだ格好だ。

損益計算書

損益計算書（百万円）	06年3月期	07年3月期	08年3月期	09年3月期	10年3月期	11年3月期	12年3月期	13年3月期	14年3月期	15年3月期
	単体	連結	連結	連結	連結	連結	連結	連結	連結	連結
売上高	**50,282**	**65,826**	**77,993**	**77,983**	**82,113**	**84,303**	**89,568**	**85,903**	**84,272**	**83,905**
売上原価	36,248	46,501	58,103	62,622	68,302	71,030	71,779	72,575	72,549	75,509
売上総利益	**14,034**	**19,325**	**19,890**	**15,361**	**13,810**	**13,273**	**17,789**	**13,328**	**11,723**	**8,395**
販売費及び一般管理費	1,299	1,412	1,603	1,750	1,779	1,856	1,753	1,762	1,634	1,754
営業利益	**12,735**	**17,913**	**18,287**	**13,611**	**12,031**	**11,416**	**16,036**	**11,565**	**10,088**	**6,641**
営業外収益	980	303	354	222	357	511	296	388	315	745
営業外費用	297	1,831	2,656	4,036	4,540	4,999	4,850	3,736	2,585	1,236
経常利益	**13,418**	**16,385**	**15,986**	**9,798**	**7,848**	**6,929**	**11,481**	**8,217**	**7,818**	**6,150**
特別利益	6,985	479	0	5	40	0	373	434	2,515	204
特別損失	68	278	302	2,758	1,822	27,280	5,710	7,387	34,059	5,230
税金等調整前当期純利益	**20,335**	**16,586**	**15,684**	**7,045**	**6,065**	**-20,351**	**6,144**	**1,264**	**-23,725**	**1,125**
法人税等	8,367	6,856	6,531	3,068	2,668	-7,677	3,362	663	-4,044	5,693
当期純利益	**11,967**	**9,730**	**9,152**	**3,977**	**3,396**	**-12,673**	**2,781**	**601**	**-19,681**	**-4,568**
売上総利益率	27.9%	29.4%	25.5%	19.7%	16.8%	15.7%	19.9%	15.5%	13.9%	10.0%
営業利益率	25.3%	27.2%	23.4%	17.5%	14.7%	13.5%	17.9%	13.5%	12.0%	7.9%
経常利益率	26.7%	24.9%	20.5%	12.6%	9.6%	8.2%	12.8%	9.6%	9.3%	7.3%
当期純利益率	23.8%	14.8%	11.7%	5.1%	4.1%	-15.0%	3.1%	0.7%	-23.4%	-5.4%
売上高販管費比率	2.6%	2.1%	2.1%	2.2%	2.2%	2.2%	2.0%	2.1%	1.9%	2.1%
売上高 前年比	45.8%	30.9%	18.5%	0.0%	5.3%	2.7%	6.2%	-4.1%	-1.9%	-0.4%
営業利益 前年比	67.3%	40.7%	2.1%	-25.6%	-11.6%	-5.1%	40.5%	-27.9%	-12.8%	-34.2%
経常利益 前年比	65.8%	22.1%	-2.4%	-38.7%	-19.9%	-11.7%	65.7%	-28.4%	-4.9%	-21.3%
当期純利益 前年比	154.3%	-18.7%	-5.9%	-56.5%	-14.6%	-	-	-78.4%	-	-

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

過去の業績予想と実績

期初会社予想と実績（百万円）	06年3月期 単体	07年3月期 連結	08年3月期 連結	09年3月期 連結	10年3月期 連結	11年3月期 連結	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結
売上高（期初予想）	46,740	60,400	79,800	85,000	91,000	86,000	88,000	90,000	86,000	85,500
売上高（実績）	50,282	65,826	77,993	77,983	82,113	84,303	89,568	85,903	84,272	83,905
期初会予と実績の差異	**7.6%**	**9.0%**	**-2.3%**	**-8.3%**	**-9.8%**	**-2.0%**	**1.8%**	**-4.6%**	**-2.0%**	**-1.9%**
営業利益（期初予想）	-	-	20,300	19,000	16,500	14,000	12,500	14,100	11,600	10,000
営業利益（実績）	12,735	17,913	18,287	13,611	12,031	11,416	16,036	11,565	10,088	6,641
期初会予と実績の差異	**-**	**-**	**-9.9%**	**-28.4%**	**-27.1%**	**-18.5%**	**28.3%**	**-18.0%**	**-13.0%**	**-33.6%**
経常利益（期初予想）	12,100	18,700	18,100	16,700	13,000	9,000	80,000	10,000	8,400	9,000
経常利益（実績）	13,418	16,385	15,986	9,798	7,848	6,929	11,481	8,217	7,818	6,150
期初会予と実績の差異	**10.9%**	**-12.4%**	**-11.7%**	**-41.3%**	**-39.6%**	**-23.0%**	**-85.6%**	**-17.8%**	**-6.9%**	**-31.7%**
当期利益（期初予想）	7,080	10,980	10,500	9,600	6,300	2,500	3,300	1,000	-7,500	5,000
当期利益（実績）	11,967	9,730	9,152	3,977	3,396	-12,673	2,781	601	-19,681	-4,568
期初会予と実績の差異	**69.0%**	**-11.4%**	**-12.8%**	**-58.6%**	**-46.1%**	**-**	**-15.7%**	**-39.9%**	**-**	**-**

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

貸借対照表

貸借対照表（百万円）	06年3月期 単体	07年3月期 連結	08年3月期 連結	09年3月期 連結	10年3月期 連結	11年3月期 連結	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結
現金及び預金	25,067	28,864	22,924	21,525	30,815	22,773	29,487	25,324	25,172	27,777
売掛金	182	284	330	292	361	414	557	605	648	671
たな卸資産	685	737	857	1,058	1,141	1,347	1,422	1,185	1,121	1,228
その他	4,295	5,597	5,384	6,166	6,846	12,637	3,764	4,143	4,099	2,416
流動資産	**30,229**	**35,482**	**29,495**	**29,043**	**39,163**	**37,171**	**35,230**	**31,257**	**31,040**	**32,092**
有形固定資産	18,252	119,978	135,548	178,133	202,298	202,599	179,317	160,065	72,919	61,773
無形固定資産	53	109	219	133	169	231	209	177	143	101
投資有価証券及びその他	22,989	10,788	11,122	8,749	9,609	12,104	13,479	14,717	23,033	17,621
固定資産	**41,294**	**130,875**	**146,889**	**187,015**	**212,076**	**214,934**	**193,005**	**174,960**	**96,097**	**79,496**
資産合計	**71,523**	**166,357**	**176,384**	**216,059**	**251,240**	**252,106**	**228,236**	**206,217**	**127,138**	**111,588**
買掛金	82	141	111	137	156	189	211	196	257	337
短期有利子負債	2,107	21,381	12,864	21,799	25,569	36,289	19,621	31,147	8,789	8,440
その他	10,481	9,844	7,444	17,548	13,516	15,007	15,857	16,003	15,460	15,409
流動負債	**12,670**	**31,366**	**20,419**	**39,484**	**39,241**	**51,485**	**35,689**	**47,346**	**24,506**	**24,186**
長期有利子負債	7,184	72,610	85,654	96,121	113,318	99,870	91,293	59,077	28,025	18,652
その他	437	558	617	8,060	13,051	21,722	21,370	21,080	17,074	17,123
固定負債	**7,621**	**73,168**	**86,271**	**104,181**	**126,369**	**121,592**	**112,663**	**80,157**	**45,099**	**35,775**
負債合計	**20,291**	**104,534**	**106,690**	**143,665**	**165,611**	**173,078**	**148,353**	**127,503**	**69,606**	**59,961**
株主資本	**51,232**	**62,350**	**70,232**	**72,941**	**86,177**	**79,950**	**80,825**	**79,519**	**57,443**	**50,967**
評価・換算差額等	0	-528	-538	-548	-548	-922	-943	-805	88	659
自己資本	**51,232**	**61,822**	**69,694**	**72,393**	**85,629**	**79,028**	**79,882**	**78,714**	**57,531**	**51,626**
純資産	**51,232**	**61,822**	**69,694**	**72,393**	**85,629**	**79,028**	**79,882**	**78,714**	**57,531**	**51,626**
負債純資産合計	**71,523**	**166,357**	**176,384**	**216,059**	**251,240**	**252,106**	**228,236**	**206,217**	**127,138**	**111,588**
運転資本	785	880	1,076	1,213	1,346	1,572	1,768	1,594	1,512	1,562
有利子負債合計	9,291	93,991	98,518	117,920	138,887	136,159	110,914	90,224	36,814	27,092
純有利子負債	-15,776	65,127	75,594	96,395	108,072	113,386	81,427	64,900	11,642	-685
総資産経常利益率（ＲＯＡ）	23.3%	13.8%	9.3%	5.0%	3.4%	2.8%	4.8%	3.8%	4.7%	5.2%
自己資本純利益率（ＲＯＥ）	29.5%	17.2%	13.9%	5.6%	4.3%	-	3.5%	0.8%	-	-
総資産回転率	0.7	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3	0.4	0.4	0.7	0.8
在庫回転率	52.9	63.1	67.8	59.2	59.9	52.7	50.5	61.2	64.7	61.5
在庫回転日数	6.9	5.8	5.4	6.2	6.1	6.9	7.2	6.0	5.6	5.9
当座比率	199.3%	92.9%	113.9%	55.3%	79.4%	45.0%	84.2%	54.8%	105.4%	117.6%
流動比率	238.6%	113.1%	144.4%	73.6%	99.8%	72.2%	98.7%	66.0%	126.7%	132.7%
自己資本比率	71.6%	37.2%	39.5%	33.5%	34.1%	31.3%	35.0%	38.2%	45.3%	46.3%
ネット・デット/ エクイティ	-30.8%	105.3%	108.5%	133.2%	126.2%	143.5%	101.9%	82.5%	20.2%	-1.3%

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

資産

2015年3月期末時点の固定資産のほとんどは、同社の営業店舗に関連した有形固定資産である。なお、有形固定資産の額はセール・アンド・リースバックの影響や減価償却の進展などにより、減少傾向にある。

負債

同社の有利子負債は、2010年3月期末では138,887百万円だったが、2014年3月期末では36,814百万円にまで減少。現預金を控除した純有利子負債でみてもやはり、同期間に2010年3月期末の108,072百万円（保証債務を含めれば約138,980百万円）だったが、2014年3月期末では11,642百万円にまで減少した。また、2015年3月期末には、現金及び預金27,777百万円に対して有利子負債は27,092百万円となり、ネットキャッシュに転じた。この結果、中期経営計画の目標である実質無借金体制を一年前倒しで達成している。

株主資本

2015年3月期末時点の自己資本は前年より5,905百万円減少し、51,626百万円となった。これは当期純損失4,568百万円、配当金支払い1,905百万円などの結果である。主な内訳は、資本金25,021百万円、資本準備金25,496百万円などであった。なお、同社では、財務戦略上の柔軟性および機動性を確保、ならびに安定的な配当を実施するために、2015年5月8日に、資本準備金の額を減らし、同額をその他資本剰余金に振り替えた。これにより、資本準備金は19,241百万円減の6,255百万円、その他資本剰余金が19,241百万円となった。

1株当たりデータ	06年3月期	07年3月期	08年3月期	09年3月期	10年3月期	11年3月期	12年3月期	13年3月期	14年3月期	15年3月期	16年3月期
（円）	単体	連結	連結	連結	連結	連結	連結	連結	連結	連結	会社予想
期末発行済株式数 (千株)	623	632	632	63,241	79,453	95,453	95,453	95,453	95,453	95,453	
期末自己株式数 (千株)	-	1	2	159	163	166	168	170	175	180	
1株当たり当期純利益	20,126	15,510.0	14,507.1	63.5	46.8	-136.8	29.2	6.3	-206.6	-48.0	12.6
1株当たり純資産	82,244	97,954.5	110,452.6	1,147.6	1,080.0	829.4	838.4	826.1	603.8	541.9	
1株当たり配当金	2,000	2,000.0	2,000.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
(株式分割調整後)											
株式分割ファクター	100	100	100	1	1	1	1	1	1	1	1
1株当たり当期純利益	201	155.1	145.1	63.5	46.8	-136.8	29.2	6.3	-206.6	-48.0	12.6
1株当たり純資産	822	979.5	1,104.5	1,147.6	1,080.0	829.4	838.4	826.1	603.8	541.9	
1株当たり配当金	20	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

株主還元

同社は 1 株当たり 20 円の配当を維持しており、2016 年 3 月期も 1 株当たり配当金も 20 円が予定されている。同社は、配当性向については特に目標値は掲げていないが、当面現行の水準の 1 株当たり 20 円を維持する方針である。

キャッシュフロー

キャッシュフロー計算書（百万円）	06年3月期 単体	07年3月期 連結	08年3月期 連結	09年3月期 連結	10年3月期 連結	11年3月期 連結	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結
営業活動によるキャッシュフロー	12,019	9,766	17,285	13,978	22,175	22,418	32,852	26,418	20,456	22,576
投資活動によるキャッシュフロー	-3,763	-43,083	-23,632	-25,762	-35,616	-23,563	24,036	4,371	46,611	592
FCF	**8,256**	**-33,317**	**-6,347**	**-11,784**	**-13,441**	**-1,145**	**56,888**	**30,789**	**67,067**	**23,168**
財務活動によるキャッシュフロー	8,710	22,147	3,256	10,625	24,881	-4,551	-45,981	-34,564	-66,200	-20,820
税金等調整前当期純利益(A)	20,335	16,586	15,684	7,045	6,065	-20,351	6,144	1,264	-23,725	1,125
減価償却費(B)	1,937	4,549	7,754	10,243	14,358	18,824	19,702	18,960	15,928	12,956
運転資本増減 (D)	-182	-96	-193	-137	-134	-226	-196	174	82	-50
法人税等の支払額 (E)	-3,411	-11,526	-5,792	-6,740	-2,603	-2,488	780	-361	-2,361	1,528
設備投資 (E)	-4,518	-37,818	-27,104	-26,955	-33,787	-6,259	-2,587	-5,241	-3,752	-4,818
単純ＦＣＦ(A+B+C+D+E)	**14,161**	**-28,305**	**-9,651**	**-16,544**	**-16,101**	**-10,500**	**23,843**	**14,796**	**-13,828**	**10,741**

出所：会社データよりSR社作成
＊表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

営業活動によるキャッシュフロー

同社の営業キャッシュフローの特色は、税金等調整前当期純利益と減価償却費の影響が相対的に大きいことである。言い換えれば、運転資本の変動の影響が小さいといえる。この背景としては、1）同社のサービスに対する対価が現金で支払われることが多いこと、2）調達部材が少ないこと、3）在庫の絶対水準が低いこと、などが理由として挙げられる。

投資活動によるキャッシュフロー

フリーキャッシュフローは 2007 年 3 月期から 2010 年 3 月期にかけて大幅な流出が続いてきた。しかし、2012 年 3 月期以降は、出店抑制、セール・アンド・リースバックの実行などによって、プラスのフリーキャッシュフローを実現している。

財務活動によるキャッシュフロー

財務体質改善へと舵を切った 2011 年 3 月期以降、セール・アンド・リースバックの実行によって有利子負債の返済が進められている。このため、財務活動によるキャッシュフローは大きくマイナスとなっている。

その他情報

沿革

当初、杉野興産株式会社として 1980 年 12 月に設立、ローラースケート場の運営を行っていたが、すぐに来場者が土日に過度に集中するという問題に直面し、いったんその敷地を倉庫に模様替えすることになった。しかし、当時まだ大学生であった現 CEO 兼代表取締役社長の杉野公彦氏が倉庫ではなくボウリング場の経営を提案。自らが経営にあたったのがラウンドワン設立への布石となった。主要顧客層と同年代であった杉野氏は、自らが望むコンセプトに従いボウリング場を経営し大きな成功を収めることとなり、やがては新店舗を立ち上げ1993 年 3 月にはラウンドワン（旧）を設立するに至った。杉野氏は、大規模店舗内に主力のボウリング以外にゲームセンターやカラオケルームなども併設させ、ラウンドワン以外には存在しない新しい複合アミューズメント店舗を各地に立ち上げ、現在までに全国で同店舗を運営するに至っている。

1980 年 12 月： ラウンドワンの全身である杉野興産株式会社を設立。大阪府泉大津市にローラースケート場をオープン。
1993 年 3 月： 現代表取締役兼ＣＥＯの杉野公彦氏がラウンドワン（旧）を設立。
1997 年 8 月： 大証二部上場
1998 年 12 月： 東証二部上場
1999 年 9 月： 東証・大証一部へ指定替え
2001 年 3 月： 筆頭株主(当時)である有限会社ウィズを吸収合併
2004 年 7 月： 京都市伏見区に屋内型複合レジャー施設スポッチャ併設 1 号店をオープン
2009 年 9 月： Round One Entertainment Inc.(現連結子会社)を設立
2010 年 8 月： 米国ロサンゼルスに、海外第一号店をオープン

ニュース＆トピックス

2015 年 4 月

2015 年 4 月 9 日、同社は 2015 年 3 月通期業績予想の修正を発表した。

2015 年 3 月期通期業績予想

- 売上高：83,300百万円（前回予想85,500百万円）
- 営業利益：6,050百万円（同8,800百万円）
- 経常利益：5,700百万円（同8,000百万円）
- 当期純利益：-5,300百万円（同4,500百万円）
- EPS：-55.63円（同47.23円）

業績予想の修正理由

2014 年 12 月以降、料金プランのプラス効果が一巡したことによる反動で売上高が減少したことや、アミューズメントの景品仕入れの増加、及び省エネ関連の消耗品購入に伴うコスト増等があったため、前回発表予想に比べて経常利益が 2,300 百万円減少する見込みとしたとのこと。また、既存店舗の売上減少を鑑み、「固定資産の減損に係る会計基準」に基づき全店舗の収益を保守的に見積もった結果、減損損失が発生すること等により特別損失が前回発表予想に比べて 4,100 百万円の増加を見込んだとしている。

以上の結果、今回修正予想の税金等調整前当期純利益 400 百万円の見込みとしたが、税制改正等の影響により法人税等が増加し、当期純損失は 5,300 百万円となる見込みとしている。なお、同社では、減損損失及び繰延税金資産の取り崩しは損益に影響を与えるが、実際のキャッシュ・フローに影響を与えるものではないとしている。

2014 年 8 月

2014 年 8 月 25 日、同社は「ラウンドワンスタジアム みえ・川越 IC 店」を売却すると同時に賃借を開始すると発表した。

同社は、2007 年 12 月にオープンしたスタジアム型店舗である「ラウンドワンスタジアムみえ・川越 IC 店（三重県市三重郡）」を売却すると同時に賃借する契約を締結した。店舗運営上には大きな変更はない。同社は、2014 年 3 月期に当該取引に係る損益を計上済みであり、2015 年 3 月期の損益に与える影響は軽微であるとしている。

2014 年 5 月

2014 年 5 月 23 日、同社は「ラウンドワン スタジアム熊本店」を売却すると同時に賃借を開始すると発表した。

同社は、2005 年 10 月にオープンしたスタジアム型店舗である「ラウンドワン スタジアム熊本店（熊本県熊本市）」を売却すると同時に賃借する契約を締結した。店舗運営上には大きな変更はない。同社は、2014 年 3 月期に当該取引に係る損益を計上済みであり、2015 年 3 月期の損益に与える影響は軽微であるとしている。

2014 年 3 月

2014 年 3 月 25 日、同社はラウンドワン スタジアム札幌・白石本通店の固定資産を売却すると同時に賃借を開始すると発表した。

同社は、2008 年 3 月にオープンしたスタジアム型店舗である「ラウンドワン スタジアム札幌・白石本通店」を売却すると同時に賃借する契約を締結した。店舗運営上には大きな変更はない。同社は、引き続き既存店舗を所有から賃借する方法（セール・アンド・リースバック）を活用することにより、有利子負債の削減、及び財務体質の強化を進めていく計画である。

2014 年 1 月

2014 年 1 月、同社は、合計 27 店舗の固定資産を売却すると同時に賃借を開始すると発表した。

これらの店舗は売却すると同時に賃借を開始するため、店舗運営上の大きな変更はない。同社は、引き続き既存店舗を所有から賃借する方法（セール・アンド・リースバック）を活用することにより、有利子負債の削減、及び財務体質の強化を進めていく計画である。

2013 年 8 月

2013 年 8 月 29 日、同社は「ラウンドワン下関店」を売却すると同時に賃借する契約を締結したことを発表した。

同社は、2009 年 3 月にオープンしたロードサイド型店舗である「ラウンドワン下関店（山口県下関市）」を売却すると同時に賃借する契約を締結した。店舗運営上には大きな変更はない。同社は、引き続き既存店舗を所有から賃借する方法（セール・アンド・リースバック）を活用することにより、有利子負債の削減、及び財務体質の強化を進めていく計画である。

2013 年 8 月 2 日、同社は「ラウンドワン東大阪店」を売却すると同時に賃借する契約を締結したことを発表した。

同社は、1998 年 8 月にオープンしたロードサイド型店舗である「ラウンドワン東大阪店（大阪府東大阪市）」を売却すると同時に賃借する契約を締結した。店舗運営上には大きな変更はない。同社は、引き続き既存店舗を所有から賃借する方法（セール・アンド・リースバック）を活用することにより、有利子負債の削減、及び財務体質の強化を進めていく計画である。

2013 年 7 月

2013 年 7 月 31 日、同社は「ラウンドワン加古川店」を売却すると同時に賃借する契約を締結したことを発表した。

同社は、1996 年 8 月にオープンしたロードサイド型店舗である「ラウンドワン加古川店（兵庫県加古川市）」を売却すると同時に賃借する契約を締結した。店舗運営上には大きな変更はない。同社は、引き続き既存店舗を所有から賃借する方法（セール・アンド・リースバック）を活用することにより、有利子負債の削減、及び財務体質の強化を進めていく計画である。

トップ経営者

杉野公彦氏：1961 年生まれ。代表取締役社長で同社の創業者である。同社の過去の成長は同氏の意思決定によるところが大きく、また将来においても同社の意思決定における最大のキーパーソンである。同社によれば、「自ら決断したのであるから責任転嫁はせず全責任を取る」と明言するほど、責任感が強い。

佐々江愼二氏：1956 年生まれ。常務取締役。1975 年、株式会社住友銀行（現株式会社三井住友銀行）入行。2009 年に同社入社。執行役員管理本部長、取締役管理本部長を経て、2014 年常務取締役管理本部長に就任。

西村直人氏：1963 年生まれ。常務取締役。1987 年、滝井興業株式会社入社。1994 年に同社入社。運営統括部執行役員、取締役運営部長を経て 2014 年常務取締役運営統括副本部長に就任。

坂本民也氏：1971 年生まれ。常務取締役。1996 年同社入社。運営統括部副部長 AM 企画担当、取締役運営企画部長を経て、2014 年常務取締役運営企画本部長に就任。

従業員

同社の従業員数は、2015 年 3 月末時点で正社員 1,493 名と臨時従業員の平均雇用人員（1 人当たり 1 日 8 時間換算）4,937 名の、合計 6,430 名である。また、単体ベースでは正社員 1,225 名と臨時従業員の平均雇用人員（同上）4,937 名の合計の 6,162 名である。単体ベースの基本項目は以下。

- 平均年齢は33.1歳
- 平均給与は541万円
- 新規出店には、1店舗当たり10～15名の配属が平均的であり、加えて登録ベースで100～250名に及ぶパート・アルバイト従業員を1店舗当たりで擁するのが平均的である

大株主

2015 年 3 月期末時点では、大株主上位 10 名合計で発行済株式の 54.60%を占めた。筆頭株主は同社の創業者にして現代表取締役である杉野公彦氏であり、その持株比率は 20.84%である。同氏の長男である杉野公亮氏保有の 12.24%と合算すれば、持株比率は 33.08%である。

大株主上位10名	所有株式数の割合
杉野　公彦	20.84%
杉野　公亮	12.24%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	5.63%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	4.65%
CHASE MANHATTAN BANK GTS CLIENTS ACCOUNT ESCROW	2.76%
MELLON BANK TREATY CLIENTS OMNIBUS	2.24%
資産管理サービス信託銀行株式会社（年金信託口）	1.86%
MSIP CLIENT SECURITIES	1.61%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口 9）	1.48%
CBNY DFA INTL SMALL CAP VALUE PORTFOLIO	1.28%
合計	54.60%

出所：会社データよりSR社作成
2015年3月末現在

IR 活動

機関投資家向け決算説明会は現在東京で四半期ごとに、大阪では半期ごとに行われている。一方、個人投資家向けの説明会は現在計画されていない。決算説明会では、CEO 兼代表取締役社長の杉野公彦氏が直接投資家やアナリストに対して説明を行い質疑応答にも対応している。IR 窓口は財務部部長池田栄進氏（電話番号：072-224-5115）である（日本語以外の言語での応対は不可）。

IR 自粛期間について：同社は原則として決算発表（四半期決算を含む）の約 2 週間前より IR に関する取材を断っている。ただし、事業に関する基本的な内容や過去に発表済の内容に関する取材等に限り受けることにしている。

企業概要

企業正式名称	**本社所在地**
株式会社ラウンドワン	590-0985 大阪府堺市堺区戎島町 4-45-1 堺駅前ポルタスセンタービル
代表電話番号	**上場市場**
072-224-5115	東証 1 部
設立年月日	**上場年月日**
1980 年 12 月 25 日	1997 年 8 月 28 日
HP	**決算月**
http://www.round1.co.jp/index.html	3 月
IR コンタクト	**IR ページ**
池田　栄進	http://www.round1.co.jp/company/ir/index.html
IR メール	**IR 電話**
	072-224-5115

会社概要

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。

SR社の現在のレポートカバレッジは次の通りです。

アートスパークホールディングス株式会社
株式会社アイスタイル
あい ホールディングス株式会社
アクリーティブ株式会社
株式会社アクセル
アズビル株式会社
アズワン株式会社
アニコムホールディングス株式会社
株式会社アパマンショップホールディングス
アンジェスMG株式会社
アンリツ株式会社
イオンディライト株式会社
株式会社イエローハット
株式会社伊藤園
伊藤忠エネクス株式会社
株式会社インテリジェント　ウェイブ
株式会社インフォマート
株式会社VOYAGE GROUP
株式会社エス・エム・エス
SBSホールディングス株式会社
エヌ・ティ・ティ都市開発株式会社
エレコム株式会社
エン・ジャパン株式会社
株式会社オンワードホールディングス
株式会社ガリバーインターナショナル
キヤノンマーケティングジャパン株式会社
KLab株式会社
グランディハウス株式会社
株式会社クリーク・アンド・リバー社
ケネディクス株式会社
株式会社ゲームカード・ジョイコホールディングス
株式会社ココカラファイン
コムシスホールディングス株式会社
株式会社ザッパラス
サトーホールディングス株式会社
株式会社サニックス
株式会社サンリオ
Jトラスト株式会社
株式会社じげん
GCAサヴィアン株式会社
シップヘルスケアホールディングス株式会社
株式会社ジェイアイエヌ
ジャパンベストレスキューシステム株式会社
シンバイオ製薬株式会社
スター・マイカ株式会社
株式会社スリー･ディー･マトリックス
ソースネクスト株式会社
株式会社ダイセキ
株式会社髙島屋
タキヒヨー株式会社
株式会社多摩川ホールディングス
株式会社チヨダ
株式会社ティア
DIC株式会社
株式会社デジタルガレージ
株式会社TOKAIホールディングス
株式会社ドリームインキュベータ
株式会社ドンキホーテホールディングス
内外トランスライン株式会社
ナノキャリア株式会社
長瀬産業株式会社
日進工具株式会社
日本駐車場開発株式会社
日本エマージェンシーアシスタンス株式会社
株式会社ハーモニック・ドライブ・システムズ
伯東株式会社
株式会社ハーツユナイテッドグループ
株式会社ハピネット
ピジョン株式会社
フィールズ株式会社
株式会社フェローテック
フリービット株式会社
株式会社ベネフィット・ワン
株式会社ベリテ
株式会社ベルパーク
松井証券株式会社
株式会社マックハウス
株式会社 三城ホールディングス
株式会社ミライト・ホールディングス
株式会社メディネット
株式会社夢真ホールディングス
株式会社ラウンドワン
株式会社ラック
リゾートトラスト株式会社
株式会社良品計画
レーザーテック株式会社
株式会社ワイヤレスゲート

※投資運用先銘柄に関するレポートをご所望の場合は、弊社にレポート作成を委託するよう
各企業に働きかけることをお勧めいたします。また、弊社に直接レポート作成をご依頼頂くことも可能です。

ディスクレーマー

金融商品取引法に基づく表示

本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

連絡先

http://www.sharedresearch.jp
Email: info@sharedresearch.jp

株式会社シェアードリサーチ
東京都文京区千駄木 3-31-12
電話番号　(03) 5834-8787